

Städtebaulicher Vertrag zum Bebauungsplan 05-2017wo „Sondergebiet Thalheimer Straße 150“ im Ortsteil Stadt Wolfen

Städtebaulicher Vertrag
nach § 11 Abs. 1 Nr. 1 Baugesetzbuch (BauGB)

zur Aufstellung des Bebauungsplanes 05-2017wo „Sondergebiet
Thalheimer Straße 150“ im Ortsteil Stadt Wolfen

Zwischen der Stadt Bitterfeld-Wolfen
Rathausplatz 1
06766 Bitterfeld-Wolfen

vertreten durch den Oberbürgermeister
Herrn Armin Schenk

nachfolgend Stadt genannt -

und der Thomas Phillips Grundbesitz GmbH & Co.KG
in Vollmacht vertreten durch den Projektentwickler
BECHLER IMMOBILIEN
Inhaber: Dipl. Ing. Reinwald Bechler
Am Anger 19
39261 Zerbst/Anhalt

nachfolgend Vorhabenträger genannt –

zusammen auch „Parteien“ genannt

wird zur Aufstellung des Bebauungsplanes 05-2017wo „Sondergebiet
Thalheimer Straße 150“ im Ortsteil Stadt Wolfen
nach § 11 Abs. 1 Baugesetzbuch (BauGB) folgender städtebaulicher
Vertrag geschlossen:

Inhalt

§ 1 Allgemeines	3
§ 2 Bauleitplanung.....	3
§ 3 Grundlagen und Ziele der Planung	3
§ 4 Zusammenarbeit.....	4
§ 5 Altlasten/Sanierung	4
§ 6 Erschließung	4
§ 7 Verpflichtungen der Vertragsparteien	4
§ 8 Öffentlich-rechtliche Entscheidungsfreiheit.....	5
§ 9 Immissionsschutz.....	5
§ 10 Ausgleichs- und grünordnerische Maßnahmen	5
§ 11 Entschädigungen	5
§ 12 Rechtsnachfolge	6
§ 13 Sonstiges/Kündigung/Rücktritt	6
§ 14 Bestandteile des Vertrages.....	7

§ 1 Allgemeines

- (1) Der Vorhabenträger möchte auf dem in Rede stehenden Grundstück die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Eigennutzung eines Restpostenmarktes sowie die allgemeine Nutzung für großflächigen Einzelhandel und/oder Gewerbe schaffen. Er ist Eigentümer der Fläche.
- (2) Um die Nutzung des zu revitalisierenden Bestandsobjektes zu ermöglichen, soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden. Grundlage ist zunächst der Beschluss des Stadtrats Nr. 183-2016 vom 05.10.2016 zur Aufstellung der 3. Änderung des geltenden Vorhaben- und Erschließungsplanes. Das Verfahren wird durch einen weiteren Beschluss geändert (§ 13a BauGB).
Das in Rede stehende Gebiet umfasst in der Flur 11 der Gemarkung Wolfen das Flurstück 3/20 Es ist in anliegender Flurkarte gelb markiert, die als Anlage 1 beigefügt ist. Das Baugebiet wird nachfolgend nur noch "Plangebiet" genannt.

§ 2 Bauleitplanung

- (1) Der Vorhabenträger verpflichtet sich, auf seine Kosten durch das Planungsbüro Gloria Sparfeld aus Halle einen Bebauungsplan für das Plangebiet erstellen zu lassen.
- (2) Des Weiteren verpflichtet sich der Vorhabenträger zur Vergabe und Kostentragung hinsichtlich aller von der Stadt im Abwägungsprozess für erforderlich gehaltenen Gutachten und Fachbeiträge.

§ 3 Grundlagen und Ziele der Planung

- (1) Grundlage und Geltungsbereich:
Die Interessenlage des Vorhabenträgers bezieht sich auf das in § 1 Abs. 1 genannte Grundstück, welches bereits bebaut ist. Das entsprechende Grundstück ist gemäß § 1 Abs. 1 BauGB und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) gesondert nach Art und Maß der baulichen Nutzung auszuweisen.
- (2) Grundlagen für die Bearbeitung:
Sämtliche vorhandenen und rechtsgültigen Planungen und sonstige Konzeptionen für das Plangebiet werden von der Stadt zur Verfügung gestellt. Der Vorhabenträger geht davon aus, dass durch diese eventuell vorhandenen planerischen Restriktionen die Aufstellung des Bebauungsplans in der beabsichtigten Form weder verhindert noch die Nutzung entsprechend eingeschränkt wird.
- (3) Festsetzungen für den Bebauungsplan:
Im Bebauungsplan soll ein Sondergebiet Einzelhandel mit einer Gesamtfläche von 5.900 m², davon 4.700 m² Einzelhandel, ausgewiesen werden.
- (4) Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Das EHZZK der Stadt Bitterfeld-Wolfen geht an diesem Standort von einer Nutzung als Bau- und Gartenfachmarkt aus. Die Zentrenverträglichkeit der geänderten Nutzung wurde vom Vorhabenträger gutachterlich nachgewiesen. Das Gutachten erstellte die BBE Handelsberatung GmbH aus Leipzig im Auftrag des Vorhabenträgers.
Die Auswirkungsanalyse (Anlage 2) wurde für eine geplante Verkaufsflächenentwicklung von insgesamt 5.900m², darunter 4.700m² Einzelhandel, erstellt.

f

(5) Übergreifende Planungsvorgaben:

Soweit übergreifende Planungsvorgaben und besondere textliche Festsetzungen für den Bebauungsplan Beachtung finden sollen, sind diese, unter Berücksichtigung der grundsätzlich bestehenden Planungshoheit der Stadt, durch die Parteien gemeinsam zu vereinbaren.

§ 4 Zusammenarbeit

- (1) Bei der Erarbeitung des Bebauungsplans wird der Vorhabenträger mit den jeweils zuständigen Stellen der Stadt Bitterfeld-Wolfen zusammenarbeiten. Diese gewähren die erforderliche Unterstützung in jeder Phase des Planungsverfahrens.
- (2) Der Vorhabenträger und die Stadt verpflichten sich, bei der praktischen Umsetzung des Bebauungsplankonzeptes zu einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. Die Interessen der Vertragspartner sind aufeinander abzustimmen.
- (3) Die planerischen Vorgaben der Stadt sind bindend und zwingend in den Bebauungsplan aufzunehmen. Die Stadt behält sich vor, eigene Vorgaben zu korrigieren, wenn sich dies während der einzelnen Verfahrensschritte aus städtebaulicher Sicht als notwendig oder zweckmäßig herausstellen sollte. Dabei streben beide Vertragsparteien eine einvernehmliche Lösung an. Soweit die Stadt etwaige Korrekturen aus anderen als den vorgenannten Gründen vornimmt, insbesondere solchen, die bei Anwendung der erforderlichen Sorgfalt bereits im Vorwege hätten vermieden werden können, gehen die hieraus resultierenden Kosten zu Lasten der Stadt.

§ 5 Altlasten/Sanierung

- (1) Der Vorhabenträger bzw. das beauftragte Planungsbüro werden alle in Betracht kommenden Fachbehörden frühzeitig hinsichtlich entsprechender Verdachtsmomente befragen.
- (2) Der Vorhabenträger verpflichtet sich, von der Stadt Bitterfeld-Wolfen keine Entschädigungen welcher Art auch immer dafür zu verlangen, dass eventuell vorhandene Kontaminationen beseitigt werden müssen.

§ 6 Erschließung

Die Erschließung über die Thalheimer Straße ist vorhanden.
Sollten darüber hinaus weitere Erschließungsanlagen notwendig sein, wird der Vorhabenträger auf der Basis des künftigen Bebauungsplans die Errichtung auf eigene Kosten übernehmen.

§ 7 Verpflichtungen der Vertragsparteien

- (1) Wesentliche Aufgabe der Stadt ist es, die förmlichen Beschlüsse zur Durchführung des Bebauungsplanverfahrens zu fassen, dabei in eigener und alleiniger Verantwortung alle erforderlichen Abwägungsschritte zu vollziehen, evtl. notwendige Genehmigungs- oder

- Anzeigeverfahren durchzuführen und die Ausfertigung des Bebauungsplans zu vollziehen.
- (2) Des Weiteren wird die Stadt die im Verfahren geforderte Beteiligung der Öffentlichkeit verantwortlich durchführen. Sämtliche hierzu erforderlichen Vorarbeiten wie die Erstellung von Entwürfen, Planausfertigungen, Anschreiben, Beschlussvorlageentwürfen einschließlich eines Entwurfs zum Beschluss über die Abwägung der eingegangenen Anregungen und Stellungnahmen werden durch das Planungsbüro bzw. die evtl. eingeschalteten Fachgutachter vorgenommen. Zu deren Aufgaben zählt auch die Präsentation der Planung in allen in Betracht kommenden Gremien der Stadt.
 - (3) Nach Beendigung des Verfahrens ist die jeweilige dxf-/ dwg-Datei des letzten Standes der Planzeichnung an die Stadt Bitterfeld-Wolfen zu übergeben.
 - (4) Der Vorhabenträger verpflichtet sich, dass die erforderlichen Nutzungsrechte zur Veröffentlichung von Zuarbeiten Dritter im Bauleitplanverfahren eingeholt werden, um das Urheberrecht Dritter zu wahren.

§ 8 Öffentlich-rechtliche Entscheidungsfreiheit

Die Parteien sind sich darüber einig, dass ein Rechtsanspruch des Vorhabenträgers auf rechtsverbindliche Aufstellung des Bebauungsplans für das Plangebiet durch diesen Vertrag nicht begründet wird. Die Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit der Verwaltung und des Stadtrates, insbesondere im Hinblick auf planerische Aufgaben nach § 1 Abs. 6 und § 1a BauGB bleiben durch diesen Vertrag unberührt.

§ 9 Immissionsschutz

Sollten infolge des vom Vorhabenträger geplanten Vorhabens Immissionsschutzvorrichtungen bzw. immissionsmindernde Anlagen notwendig werden, so verpflichtet sich der Vorhabenträger schon jetzt, die hierdurch entstehenden Kosten zu übernehmen.

§ 10 Ausgleichs- und grünordnerische Maßnahmen

- (1) Die Aufstellung eines Bebauungsplans ist an die Vorschriften zum Umweltschutz gemäß § 1a BauGB gebunden. Da es sich um ein Verfahren nach § 13a BauGB handelt, gelten Eingriffe im Sinne des § 1a Abs. 3 Satz 6 gemäß § 13a Abs. 2 Nr. 4 BauGB als vor der planerischen Entscheidung erfolgt oder zulässig.
- (2) Die Stadt verweist auf die Einhaltung des Umweltschadengesetzes (USchadG), durch welches Maßnahmen begründet sein können. Die daraus entstehenden Kosten sind vom Vorhabenträger zu übernehmen.

§ 11 Entschädigungen

- (1) Sollte der Bebauungsplan keine Rechtskraft erlangen, schließen beide Parteien bereits jetzt alle Entschädigungsansprüche gegen die andere Partei aus. Auf die Erhebung

solcher Entschädigungsansprüche verzichten die Parteien auch schon jetzt unwiderruflich.

- (2) Weiterhin stellt der Vorhabenträger die Stadt von möglichen Entschädigungsforderungen gemäß § 42 BauGB frei.
- (3) Der Vorhabenträger trägt die Kosten eines eventuellen Normenkontrollverfahrens. Hierzu zählen insbesondere alle gerichtlichen und außergerichtlichen Kosten, soweit nicht der Verfahrensgegner diese Kosten zu tragen hat. Der Vorhabenträger trägt auch die Kosten, die die zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung oder Rechtsverteidigung notwendigen Aufwendungen übersteigen, insbesondere Kosten aufgrund einer Vergütungsvereinbarung gem. § 3a des Rechtsanwaltsvergütungsgesetzes (RVG) und eventueller gutachterlicher Stellungnahmen.

§ 12 Rechtsnachfolge

- (1) Der Vorhabenträger ist berechtigt, die sich aus diesem Vertrag ergebenden Rechte und Pflichten mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Stadt einem anderen weiterzugeben bzw. zu übertragen.
- (2) Der Vorhabenträger verpflichtet sich, die in diesem Vertrag vereinbarten Pflichten und Bindungen seinen Rechtsnachfolgern oder einem Dritten weiterzugeben. Er wird diese außerdem verpflichten, die von dem Vorhabenträger im Rahmen einer solchen Weitergabe übernommenen Verpflichtungen ihrerseits an ihre evtl. Rechtsnachfolger mit weiterer Weitergabeverpflichtung weiterzugeben. Der Vorhabenträger haftet gegenüber der Stadt als Gesamtschuldner für die Erfüllung des Vertrags neben einem etwaigen Rechtsnachfolger, solange die Stadt ihn nicht ausdrücklich aus dieser Haftung entlässt.

§ 13 Sonstiges/Kündigung/Rücktritt

- (1) Die Parteien sind sich einig, dass die in diesem Vertrag vereinbarten Leistungen wechselseitig angemessen sind.
- (2) Sollte eine Bestimmung dieses Vertrags rechtsungültig sein oder werden, wird dadurch die Gültigkeit dieses Vertrags im Übrigen nicht berührt. Für diesen Fall verpflichten sich die Vertragsparteien, die ungültige Bestimmung durch eine solche zu ersetzen, die ihrem wirtschaftlichen Sinn und Zweck möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt für etwaige Lücken des Vertrags.
- (3) Die Stadt ist zur Kündigung dieses Vertrags berechtigt, wenn der Vorhabenträger seinen Verpflichtungen trotz schriftlicher Abmahnung unter Setzung einer Frist von drei Monaten nicht nachkommt. Beruht die Abmahnung des Vorhabenträgers durch die Stadt auf einer Nicht- oder Schlechterfüllung des beauftragten Planungsbüros, so ist die Stadt zur Kündigung nur dann berechtigt, wenn dem Vorhabenträger zuvor ausreichend Zeit eingeräumt wurde, ein anderes Planungsbüro zu beauftragen.
- (4) Änderungen dieses Vertrags sind nur gültig, wenn sie schriftlich vereinbart und rechtsverbindlich von beiden Seiten unterschrieben sind. Eine Abdingbarkeit dieser Schriftlichkeit ist unzulässig.
- (5) Übereinstimmend erklären beide Vertragsparteien, dass außerhalb dieses Vertrages keine Nebenabreden getroffen wurden. Sollten aus bisher geführten Gesprächen

Nebenabreden oder Vereinbarungen hergeleitet werden können, so sind sich die Vertragsparteien einig, dass diese rechtsunwirksam sind.

- (6) Die Parteien sind berechtigt von diesem Vertrag zurückzutreten, wenn im Bearbeitungsverlauf übereinstimmend festgestellt wird, dass eine Umsetzung der Ziele nicht mehr gewährleistet ist.
- (7) Der Vorhabenträger ist außerdem berechtigt vom Vertrag zurückzutreten, wenn der Bebauungsplan nicht beschlossen wird oder der beschlossene Bebauungsplan nicht mit den Grundlagen und Zielen der Planung übereinstimmt.
- (8) Das Rücktrittsrecht erlischt, wenn es nicht innerhalb von drei Monaten nach Eintritt des das Rücktrittsrecht auslösenden Ereignisses ausgeübt wird.
- (9) Im Falle einer Kündigung oder des Rücktritts vom Vertrag werden die vom Vorhabenträger aufgewendeten Planungskosten nicht erstattet.

§ 14 Bestandteile des Vertrages

Dem Vertrag liegen zwei Anlagen bei.

Anlage 1 – Geltungsbereich Plangebiet

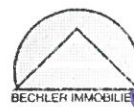
Anlage 2 – Auswirkungenanalyse BBE Handelsberatung GmbH vom 08.05.2017

Die Anlagen sind Bestandteil des Vertrages. Die Vertragsparteien bestätigen, dass ihnen die Anlagen vollständig vorliegen.

Bitterfeld-Wolfen,

.....
Armin Schenk
Oberbürgermeister
Stadt Bitterfeld-Wolfen

Zerbst/Anhalt, 16. Aug. 2017



BECHLER IMMOBILIEN

Tel./Fax: (03923) 2273

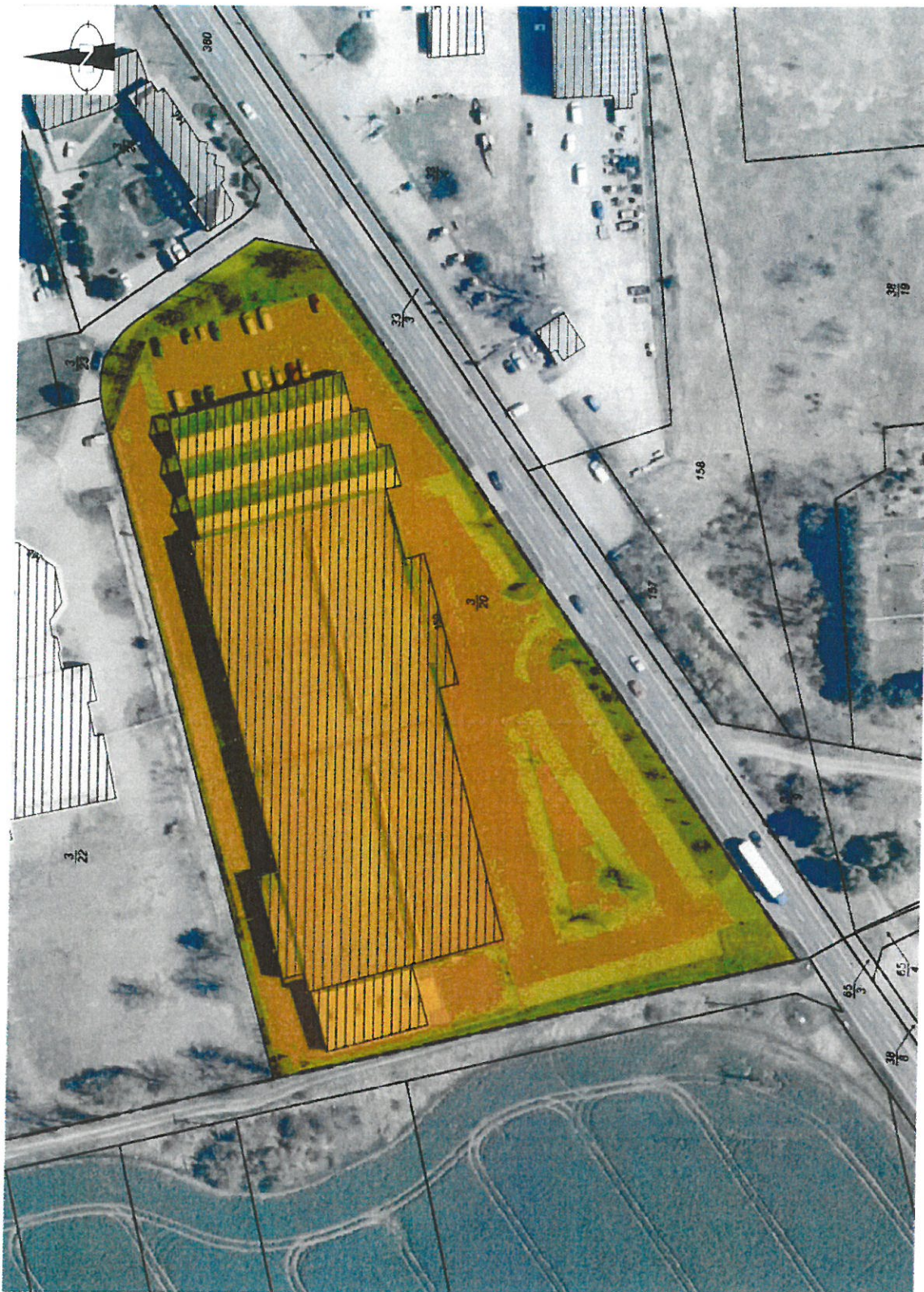
VBK Vermittlung, Beratung
Kooperation
GSB und Projektmanagement

Am Anger 19 • 39261 Zerbst

mobik: 0172 / 8745056

Reinwald Bechler
BECHLER IMMOBILIEN

Anlage 1 Geltungsbereich



Geobasisdaten (c) GeoBasis-DE/ LVermGEO LSA, 2016 / A18-205-2010-7

Auswirkungsanalyse

zu den absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Thomas Philipps Sonderpostenmarktes an der Thalheimer Straße im Ortsteil Wolfen

für die

Bechler Immobilien

Am Anger 19
39261 Zerbst

Ihr Ansprechpartner

Dr. Ulrich Kollatz
(Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-73
Fax +49 341 98386-80
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 8. Mai 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2. Projektplanung und Projektdaten.....	5
2.1. Standortkonzept für ehemaligen Baumarktstandort an der Thalheimer Straße im OT Wolfen.....	5
2.2. Nutzungskonzept Sonderpostenmarkt	6
3. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen - Ortsteil Wolfen	9
4. Mikrostandortanalyse	13
5. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet	16
6. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	23
7. Auswirkungsanalyse.....	27
7.1. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen	27
7.2. Projektrelevante Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen	29
7.3. Umsatzprognose.....	31
7.4. Umsatzzumlenkungseffekte und Beurteilung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen	34
7.5. Einbindung des Revitalisierungsvorhabens in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen	38
8. Fazit	40

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung nach Ortsteilen	11
Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)	12
Abbildung 3: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen	29

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zur geplanten Verkaufsflächenentwicklung	5
Tabelle 2: Sortiments- und Verkaufsflächengliederung des Sonderpostenmarktes Thomas Philipps in Wolfen, Thalheimer Straße	6
Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung und -prognose	10
Tabelle 4: Verkaufsflächen in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Ortsteilen und Warengruppen	18
Tabelle 5: Umsatzstrukturen in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Ortsteilen und Warengruppen	19
Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Planvorhabens Thalheimer Straße	26
Tabelle 7: Umsatzprognose (Einzelhandel) der Anbieterstruktur am Planstandort Thalheimer Straße ...	31
Tabelle 8: Umsatzprognose nach Warengruppen für den Sonderpostenmarkt Thomas Philipps	32
Tabelle 9: Maximale Umverteilungsquoten nach Warengruppen und Einzugsgebietszonen	36

Kartenverzeichnis

Karte 1: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen	9
Karte 2: Überblick zum Projektstandort und dessen Umfeld	14
Karte 3: Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Fachgeschäften und Fachmärkten	17
Karte 4: Einzugsgebiet des Planvorhabens an der Thalheimer Straße	24

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Fa. Bechler Immobilien beauftragte die BBE Handelsberatung GmbH mit der gutachterlichen Bewertung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen einer Revitalisierung des ehemaligen Baumarktstandortes in der Thalheimer Straße, im Ortsteil Wolfen der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Der Planstandort an der Thalheimer Straße wurde bis Anfang des Jahres 2014 als Baumarktstandort betrieben, zuletzt als Max Bahr-Filiale, zuvor als Praktiker. Die Standortschließung erfolgte in Verbindung mit der Insolvenz der Praktiker-Gruppe. Die angestrebte Nachnutzung basiert auf einem Nutzungskonzept mit insgesamt vier Anbietern: einem Discount-Baumarkt, einem Teppich- und Fußbodenfachhandel, einem Sanitär- und Fliesen-Großhandel sowie einem Sonderpostenmarkt.

Während die drei erstgenannten Anbieter sich vollumfänglich der bisherigen Baumarktnutzung unterordnen, geht die Einbindung eines Sonderpostenmarktes über die planungsrechtlichen und genehmigungsrechtlichen Festsetzungen zum Standort hinaus. Für diesen liegt der rechtskräftige Vorhaben- und Erschließungsplan "Sondergebiet Bau- und Gartenmarkt Thalheimer Straße" in 2. Änderung aus dem Jahr 2007 vor. Danach ist der Standort als Sondergebiet mit den Zweckbestimmungen Bau- und Gartenmarkt gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 3 BauNVO festgesetzt. Mit dieser Funktion wurde er zugleich in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 als Ergänzungsstandort Baumarkt aufgenommen.

Die geplante Standortentwicklung baut überwiegend auf diese Funktionszuweisung auf, ersetzt den Baumarktstandort jedoch durch eine branchenspezifische Agglomeration und bedarf speziell für den neuen Sonderpostenmarkt auch des Nachweises der städtebaulichen Verträglichkeit. Die vorliegende Auswirkungsanalyse soll eine entscheidungsreife Grundlage für die Genehmigungsbehörden und die politischen Gremien bilden. Der Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen hat in diesem Kontext am 05. Oktober 2016 den Aufstellungsbeschluss zur 3. Änderung des oben genannten Vorhaben- und Erschließungsplanes gefasst.

Als großflächiges Einzelhandelsvorhaben bestimmt sich die Zulässigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Es ist daher zu untersuchen, ob insbesondere durch den Sonderpostenmarkt, als zentrenrelevanter Anbieter innerhalb des Planvorhabens, schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche einhergehen.

Die BBE Handelsberatung legt nachfolgend eine umfassende Auswirkungsanalyse vor. Auf Basis der bestehenden, relevanten Angebots- und Nachfragesituation sowie der prognostizierten Umsatzerwartung des Planvorhabens können die Auswirkungen auf Kaufkraftströme und folglich die funktionalen Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstrukturen dargestellt werden. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Bitterfeld-Wolfen vor, insbesondere im Ortsteil Wolfen (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche Angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann die neue Einzelhandelsagglomeration erschließen?
- Wie ordnet sich das Planvorhaben in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2009 ein?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen sind insbesondere auf die zentrale Versorgungsbereiche des Ortsteiles Wolfen (B-Zentrum Wolfen-Nord und B-Zentrum Wolfen, Leipziger Straße) zu erwarten?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie eine aktuelle Analyse der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE/CIMA/MB-Research, Marktforschungsdaten des IFH, Köln, die aktuellen kommunalen Einwohnerdaten sowie weitere Einwohnerdaten des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt dar.

2. Projektplanung und Projektdaten

2.1. Standortkonzept für ehemaligen Baumarktstandort an der Thalheimer Straße im OT Wolfen

Der langjährige Baumarktstandort an der westlichen Ortsteilgrenze steht seit Anfang 2014 leer. Ursprünglich als Praktiker-Baumarkt errichtet, wurde er zunächst in 2013 zu einem Max Bahr-Standort umfirmiert, im Verlauf der Insolvenz der Praktiker-Gruppe jedoch endgültig aufgegeben.

Der Bestandsstandort verfügte zuletzt über eine Gesamtverkaufsfläche (ohne Freiflächen) von 5.470 m² in der Summe aus Bau- und Gartenmarkt.

Das Revitalisierungskonzept sieht eine Flächenaufgliederung des Standortes vor, in eine zukünftige Fachmarkttagglomeration mit vier Anbietern. Nachfolgende Tabelle fasst die geplante Anbieter- und Flächenstruktur zusammen.

Tabelle 1: Übersicht zur geplanten Verkaufsflächenentwicklung

Planvorhaben	Verkaufs- / Ausstellungs- fläche
Sonderpostenmarkt Thomas Philipps	2.100 m ²
Discountbaumarkt	1.200 m ²
Teppich- und Bodenbelagsfachhandel	1.400 m ²
Ausstellung Sanitär- und Fliesen-Großhandel	1.200 m ²
Verkaufs- / Ausstellungsfläche gesamt	5.900 m ²
darunter Einzelhandel	4.700 m²

Geplant sind drei Fachmärkte sowie eine Ausstellungsfläche für einen Fachgroßhandel. Der Branchenschwerpunkt ist auch zukünftig auf baumarktrelevante Sortimente ausgerichtet, jedoch erweitert um einen Sonderpostenmarkt des Betreibers Thomas Philipps.

Der Discountbaumarkt und der Fachmarkt für Teppich und Bodenbeläge sind mit der bisherigen Funktionszuweisung als Baumarktstandort kompatibel. Aus Branchensicht gilt dies auch für die Sanitär- und Fliesenausstellung, diese ist jedoch an einem Großhandel angeschlossen, richtet sich ausschließlich an gewerbliche Kunden (vorrangig Handwerk) und ist folglich nicht als Einzelhandelsfläche einzustufen.

Der neue Sonderpostenmarkt wird als Thomas Philipps - Filiale betrieben. Auf die Sortimentsstruktur des zusätzlichen Sonderpostenmarktes wird im nachfolgenden Abschnitt eingegangen. Dieses Angebotskonzept unterscheidet sich deutlich von jenem des bisherigen Baumarktstandortes, ist als Branchen- und Funktionserweiterung vor Ort zu werten und steht folglich im Mittelpunkt der vorliegenden Auswirkungsanalyse.

Die Größendimensionierung der einzelnen Betreiber ist ebenfalls oben stehender Tabelle zu entnehmen. Für den Teppich- und Bodenbelagsfachhandel ist der Umbau des ehemaligen Gartencenters mit einer Flächenerweiterung geplant. Dadurch erhöht sich die Gesamtfläche am Standort auf ca. 5.900 m², unter Einbindung des Großhandels.

Als Einzelhandelsfläche sind ca. 4.700 m² einzustufen, diese liegt ca. 770 m² unter der genehmigten Baumarkt-Verkaufsfläche (ohne Freiflächen).

2.2. Nutzungskonzept Sonderpostenmarkt

Die geplante Thomas Philipps-Filiale ist der Betriebsform des Sonderpostenmarktes zuzuordnen. Sonderpostenmärkte stellen wegen ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf wechselnden Angeboten sowie der gezielten Preisausrichtung eine Sonderform unter den Betriebstypen im deutschen Einzelhandel dar.

Das Sortiment von Sonderpostenmärkten lässt sich dadurch charakterisieren, dass es sich größtenteils um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus den verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden. Meist handelt es sich um Waren aus Konkursen, Schadensfällen, Geschäftsaufgaben, Überproduktionen, Restposten auslaufender Artikel oder Waren von günstigen Produktionsstandorten (z.B. aus Asien). Das in Sonderpostenmärkten vorgehaltene Angebot weist demnach regelmäßig eine große Sortimentsbreite auf, das in Selbstbedienung angeboten wird.

Thomas Philipps unterscheidet ein Sortimentskonzept grundsätzlich in 17 übergeordnete Warenkategorien, die sich wiederum in knapp 190 Untergruppen untergliedern. Für den Planstandort in Wolfen, Thalheimer Straße wurde nachfolgende, standortspezifische Sortimentsstruktur definiert:

Tabelle 2: Sortiments- und Verkaufsflächengliederung des Sonderpostenmarktes Thomas Philipps in Wolfen, Thalheimer Straße

Angebotskonzept Sonderpostenmarkt Thomas Philipps		
	Verkaufsfläche	
	%	m²
Bettwäsche, Decken, Kissen (zentrenrelevant)	0,48%	10
Drogeriewaren/Haushaltskosmetik (zentrenrelevant)	3,81%	80
Gardinen (zentrenrelevant)	0,24%	5
Geschenkartikel (zentrenrelevant)	3,81%	80
Haushaltwaren (zentrenrelevant)	9,05%	190
Lebensmittel (verpackt) (zentrenrelevant)	6,19%	130
Papier und Schreibwaren (zentrenrelevant)	1,43%	30
Putz- u. Reinigungsmittel (zentrenrelevant)	3,10%	65
Schuhe, Taschen, Korbwaren (zentrenrelevant)	0,24%	5
Spielwaren / Hobby (zentrenrelevant)	1,81%	38
Textilien (zentrenrelevant)	1,90%	40
Tierzubehör (zentrenrelevant)	0,48%	10
Autozubehör (nicht-zentrenrelevant)	4,29%	90
Bau- u. Heimwerkerchemie (nicht-zentrenrelevant)	2,90%	61
Campingartikel (nicht-zentrenrelevant)	6,67%	140
Dünger, Erden, Substrate (nicht-zentrenrelevant)	5,00%	105
Freizeitartikel (nicht-zentrenrelevant)	8,57%	180
Gartenartikel (nicht-zentrenrelevant)	9,52%	200
Kleinföbel, Matratzen, Tapeten (nicht-zentrenrelevant)	4,52%	95
Pflanzen (nicht-zentrenrelevant)	8,33%	175
Tiernahrung (nicht-zentrenrelevant)	2,86%	60
Werkzeuge (nicht-zentrenrelevant)	4,05%	85
Sonstiges (Eingang / Kassenbereich)	10,76%	226
Sonderpostenmarkt gesamt		2.100
darunter:		
zentrenrelevante Sortimente	32,5%	683
nicht-zentrenrelevante Sortimente	67,5%	1.417

Quelle: Thomas Philipps GmbH & Co. KG, bereitgestellt durch Bechler Immobilien

Die geplante Gesamtverkaufsfläche von 2.100 m² gliedert sich in insgesamt 22 Warengruppen, zzgl. eines Flächenanteiles für Eingang / Kassenbereich. Der größte Flächenanteil entfällt mit 200 m² auf Gartenartikel, der kleinste Anteil mit lediglich 5 m² auf Schuhe / Lederwaren / Korbwaren.

Oben stehende Tabelle gliedert die Warengruppen nach zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten entsprechend der „Bitterfeld-Wolfener Liste“ gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept.¹ Auf zentrenrelevante Sortimente entfällt ein Anteil von 683 m² bzw. 32,5% der Gesamtverkaufsfläche des Sonderpostenmarktes.

Das Sortimentskonzept deckt einen Großteil der in Deutschland für Endverbraucher angebotenen Waren ab und zeichnet sich durch eine besondere Sortimentsbreite bei gleichzeitig geringer Sortimentstiefe aus.

Das Flächenkonzept nach (übergeordneten) Warengruppen weist im Jahresverlauf dabei nur relativ geringe Schwankungen auf. Dagegen ändert sich die Sortimentszusammensetzung innerhalb der einzelnen Warenkategorien ständig (z.B. hinsichtlich der Artikelzahl als auch der Hersteller der vorgehaltenen Produkte). Somit kann ein Kunde zwar im Vorfeld sicher davon ausgehen, dass eine bestimmte Warenkategorie im Markt vertreten ist, welche speziellen Produkte sich aber derzeit im Angebot befinden, kann er erst beim Besuch des Marktes feststellen. Der weit überwiegende Teil ist häufig wechselnde Postenware, die zudem eine stark ausgeprägte Saisonalität aufweist.

Als ein weiteres wesentliches Charakteristikum kann ebenso festgehalten werden, dass sich im Angebot der Betriebsform kein eindeutiges Kernsortiment ausmachen lässt, dem sich einzelne Randsortimente unterordnen. Vielmehr zeigt sich, dass das Sortimentskonzept von Sonderpostenmärkten extrem differenziert ist und demnach eine Vielzahl an Warengruppen umfasst, in dem jede Warengruppe für sich betrachtet allerdings nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten wird.

Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen.² Vor diesem Hintergrund sind auch kaum Markenprodukte im Angebot von Thomas Philipps vorzufinden. Vor allem in den Segmenten Haushaltswaren, Töpfe/Pfannen, Besteck, Kleinelektronik aber auch Spielwaren und Werkzeuge werden nahezu ausschließlich markenlose Ware angeboten. Mit den zumeist im spezialisierten Facheinzelhandel geführten Markenprodukten³ bestehen somit kaum Angebotsüberschneidungen. Hinsichtlich Preis- und Qualitätsgenre bestehen tendenziell größere Überschneidungen mit den wöchentlich wechselnden Aktionswaren der Lebensmitteldiscounter.

Die Sortimentsgruppen mit den höchsten Anteilen an Markenprodukten sind Lebensmittel und Drogerie-/Reinigungsartikel. Während dies im Lebensmittelsegment im Wesentlichen auf die im Standardsortiment geführten Backzutaten und Desserts des Herstellers RUF zurückzuführen ist, handelt es sich bei den Drogerie-/Reinigungsartikeln vielfach um für das Ausland produzierte Waren bzw. Überproduktionen.

Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielt das Sonderposten-Konzept des Betreibers folglich nicht primär auf Verbraucher ab, die bewusst ein bestimmtes Produkt erwerben möchten, wie es beispielsweise im Facheinzelhandel oder bei spezialisierten Fachmärkten der Fall ist. Stattdessen wird mit einer ausgeprägten Discountstrategie (z.T. 1-Euro-Strategie) darauf abgezielt, Zusatz- bzw. Impulskäufe anzuregen.

Thomas Philipps weist, ebenso wie andere Sonderpostenmärkte, folglich auch nur einen stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug zum „traditionellen“ Einzelhandel auf, der vom Kunden gezielt wegen eines bestimmten (Kern-) Sortiments aufgesucht wird (Fachgeschäft/-markt, Waren-/ Kaufhaus) und im jeweiligen Sortiment – sowohl in der Breite als auch in der Tiefe – ein wesentlich umfassenderes Angebot vorhält.

¹ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, Abschnitt VII.2

² Die starke Preisorientierung im Warenangebot hat zudem zur Folge, dass größere Sonderpostenmärkte regelmäßig nicht dazu in der Lage sind, innenstädtische Mieten zu bezahlen und vor diesem Hintergrund vielfach auf Standorte außerhalb der Zentren angewiesen sind.

³ z.B. Rösle, WMF, Le Creuset, Silit, Tefal, WMF, Zwilling in der Warengruppe Haushaltswaren; Leonardo, Rosenthal, Villeroy & Boch, Zwiesel, Ritzenhof, Hutschenreuther in der Warengruppe Glas-/ Porzellanwaren; Ravensburger, Lego, Playmobil, FisherPrice, HotWheels, Barbie, Schleich BIG, Nici, Wader, Sterntaler, Sigikid, Brio, Haba in der Warengruppe Spielwaren; Bosch, Fein, Metabo, Kärcher, Makita in der Warengruppe Werkzeuge

Aufgrund der vorab dargelegten Kerncharakteristika werden Sonderpostenmärkte nur von vergleichsweise wenigen Kunden gezielt aufgesucht. Der überwiegende Teil der Kunden besucht den Markt im Rahmen eines Kopplungseinkaufs. Denn aufgrund des ständig wechselnden Sortiments kann der Kunde erst beim Besuch des Marktes feststellen, welche Waren zurzeit gerade angeboten werden. Benötigt der Kunde zu einem bestimmten Zeitpunkt ein bestimmtes Produkt einer bestimmten Marke, wird er eher spezialisierte Einzelhandelsbetriebe bevorzugen und keine größeren Entfernungen in Kauf nehmen, um einen Sonderpostenmarkt aufsuchen.

Aus diesem Grund sind Sonderpostenmärkte auf gut erreichbare Standorte mit einer starken Außenwirkung angewiesen, oftmals im Standortverbund mit hoch frequentierten Einzelhandelsnutzungen (z.B. Möbelhaus, SB-Warenhaus, Baumarkt) um von der vorhandenen Kundenfrequenz bzw. den jeweiligen Marktgebieten zu profitieren.

Zusammenfassend sind folgende Aspekte für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens maßgeblich:

- Warengruppenspezifische Umsatzbindung und -herkunft des Sonderpostenmarktes Thomas Philipps,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung auf bestehende Versorgungsstrukturen,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet.

3. Makrostandort Bitterfeld-Wolfen - Ortsteil Wolfen

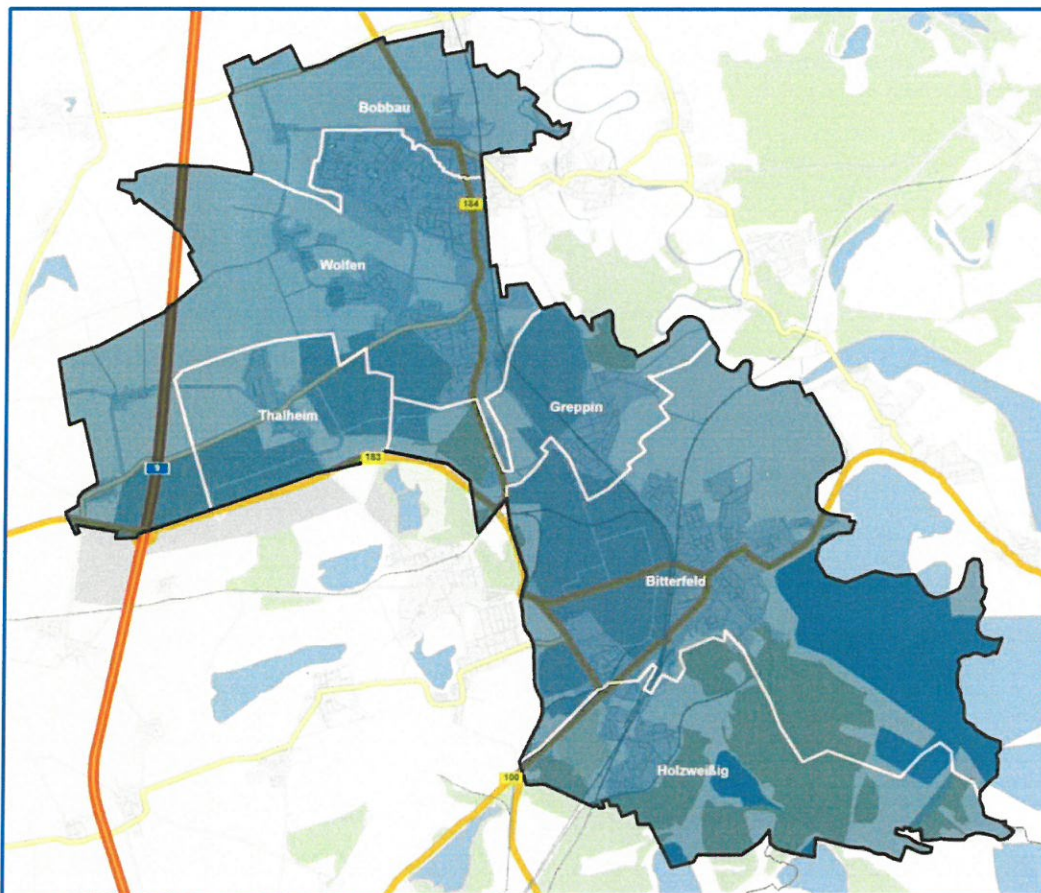
Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten von Bitterfeld-Wolfen.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen liegt im östlichen Teilbereich des Landes Sachsen-Anhalt, im Landkreis Anhalt-Bitterfeld. Sie liegt etwa 32 km nordöstlich von Halle (Saale), etwa 37 km nördlich von Leipzig und etwa 28 km südlich von Dessau-Roßlau. Die Landeshauptstadt Magdeburg befinden sich ca. 90 km in nord-westlicher Richtung. Östlich angrenzend an das Stadtgebiet befindet sich der Goitzsche-See, der durch die Flutung des ehemaligen Tagebaus Goitzsche entstanden ist.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen entstand am 01. Juli 2007 aus der Fusion der Städte Bitterfeld und Wolfen, sowie der Gemeinden Greppin, Holzweißig und Thalheim, zum 01. September 2009 wurde die Nachbargemeinde Bobbau eingemeindet. Die folgende Karte 1 gibt einen Überblick zur Lage der Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen.

Der Projektstandort befindet sich am westlichen Siedlungsrand des Ortsteils Wolfen, angrenzend zum Ortsteil Thalheim.

Karte 1: Ortsteile von Bitterfeld-Wolfen



Kartengrundlage: © 2012, Nexiga, TomTom, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Hauptverkehrsachsen für die Ortsteile Wolfen und Thalheim sind die Bundesstraßen B183 (Köthen - Bad Liebenwerda) und B184 (Dessau-Roßlau - Bitterfeld-Wolfen - Delitzsch). Die B183 verläuft südlich des Pro-

jektstandortes, annähernd parallel zur Thalheimer Straße. Die B184 verläuft in Nord-Süd-Richtung durch den Ortsteil Wolfen, die Thalheimer Straße mündet ca. 2,3 km östlich des Projektstandortes in die B184.

Im Ortsteil Wolfen sind unterschiedliche Siedlungsstrukturen vorzufinden. Die Struktur ist geprägt von der Geschichte der Stadt als Chemiestandort. Der Ortsteil gliedert sich in die Ortslage Wolfen (Altstadt) und das Wohngebiet Wolfen-Nord, welches in den 1960-er bis 1980-er Jahren als typisches Beispiel einer Traban-tenstadt und Plattenbausiedlung entstanden ist. Es finden sich somit Klein- und Einfamilienhaussiedlungen ebenso wie auch mehrgeschossige Wohnbauten in Wolfen. Durch einen erheblichen Bevölkerungsverlust ist vor allem Wolfen-Nord durch Rückbau geprägt.

Landesplanerische Einstufung und zentralörtliche Funktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen ist gemäß Landesentwicklungsplan 2010 des Landes Sachsen-Anhalt als Mittelzentrum ausgewiesen.⁴ Nach den Grundsätzen der Landesplanung soll die Versorgung der Bevölkerung in Mittelzentren des Landes Sachsen-Anhalt durch eine entsprechende Vielfalt von Betriebsformen und -typen gesichert und gestärkt werden, zukünftig soll sich die weitere Einzelhandelsentwicklung aber bevorzugt in den zentralen Versorgungsbereichen vollziehen.

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen besitzt eigene umfassende Potenziale insbesondere als Wirtschaftsstandort, sie zählt zu den Vorrangstandorten für landesbedeutsame, große Industrieflächen. Der ChemiePark Bitterfeld-Wolfen zählt zu den bedeutenden Chemiestandorten Mitteleuropas.

Zudem sollen in Verbindung mit dem Landschaftsschutzgebiet der Goitzsche zukünftig auch stärker touristische Potenziale erschlossen werden.

Als Einzelhandelsstandort besitzt Bitterfeld-Wolfen eine überregionale Bedeutung, die sich in einer aktuellen Zentralitätskennziffer von ca. 128 widerspiegelt. Im Saldo von Zu- und Abflüssen generiert der Einzelhandelsstandort Bitterfeld-Wolfen folglich einen entsprechenden Kaufkraftzufluss.

Soziodemographische Daten

In der Stadt Bitterfeld-Wolfen lebten zum 31.12.2016 insgesamt 40.964 Einwohner. Bei der Bevölkerungsentwicklung seit dem Zensus 2011 ging die Einwohnerentwicklung für die Gesamtstadt Bitterfeld-Wolfen um 6,6% zurück (vgl. nachfolgende Tabelle).

Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung und -prognose

Stand	Stadt Bitterfeld-Wolfen			Land Sachsen-Anhalt		
	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2011	43.879		100,0%	2.276.736		100,0%
31.12.2012	42.863	-2,3%	97,7%	2.259.393	-0,8%	99,2%
31.12.2013	42.293	-1,3%	96,4%	2.244.577	-0,7%	98,6%
31.12.2014	41.793	-1,2%	95,2%	2.235.548	-0,4%	98,2%
31.12.2015	41.525	-0,6%	94,6%	2.231.044	-0,2%	98,0%
31.12.2016	40.964	-2,0%	93,4%			
Prognose (Statistisches Landesamt, Basisjahr 2014)						
2025	37.135		84,6%	2.086.750		91,7%
2030	35.212		80,2%	1.990.324		87,4%

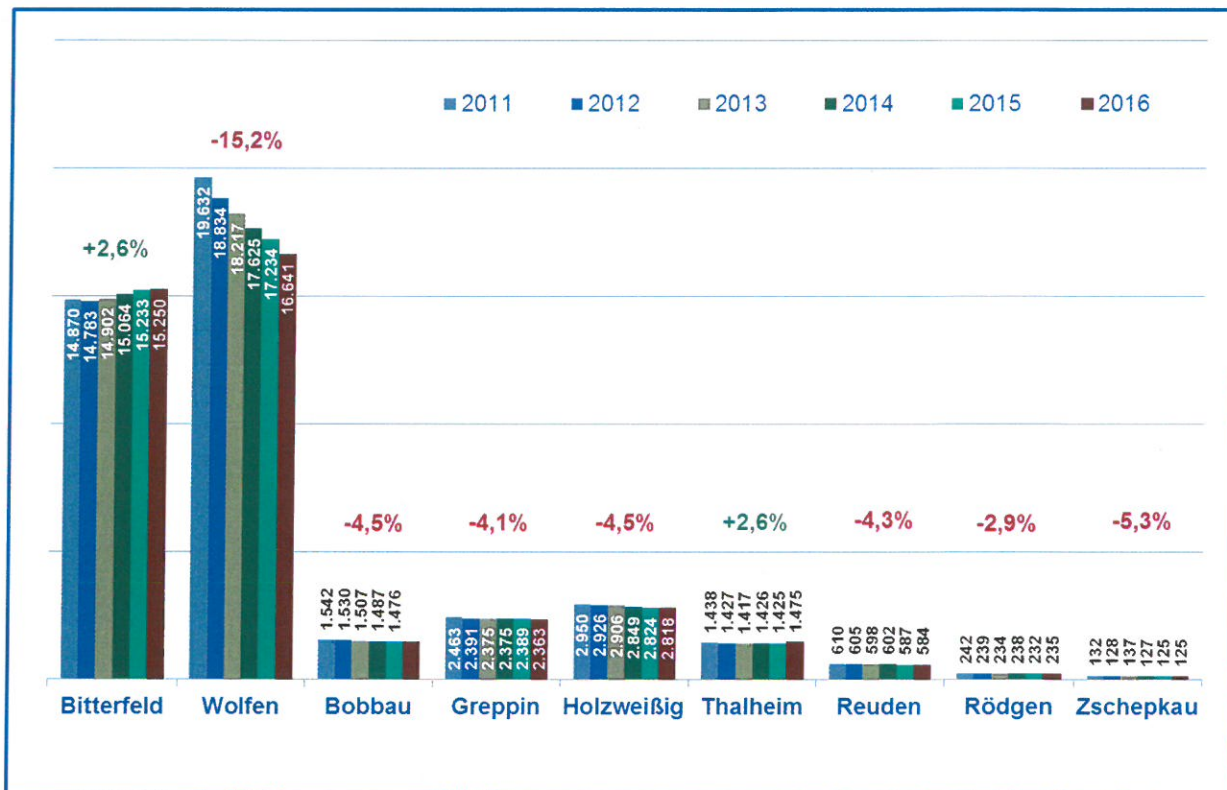
Quelle: Einwohnerdaten nach Ortsteilen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, GBI, SB Bürgerservice-Meldeangelegenheiten, 6. Regionalisierte Bevölkerungsprognose 2014 bis 2030 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt, Basisjahr 2014

⁴ vgl. hierzu Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010, Abschnitt 2.1 Zentrale Orte, Z37

Auswirkungsanalyse - Thomas Philipps Sonderpostenmarkt im Ortsteil Wolfen

Diese Entwicklung vollzog sich größtenteils auch in den einzelnen Ortsteilen negativ, wobei Wolfen den größten Rückgang mit -15,2% verzeichnet. Demgegenüber konnte der Ortsteil Bitterfeld in den letzten Jahren leichte Bevölkerungsgewinne von +2,6% vorweisen.

Abbildung 1: Bevölkerungsentwicklung nach Ortsteilen



Quelle: Stadt Bitterfeld-Wolfen

Gemäß der aktuellen 6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose 2014 bis 2030 des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt wird die Einwohnerzahl für die Gesamtstadt bis 2030 auf ca. 35.200 Einwohner sinken. Im Zeitraum vom 31.12.2016 bis zum Jahr 2030 entspricht dies einem Rückgang von 14%.⁵

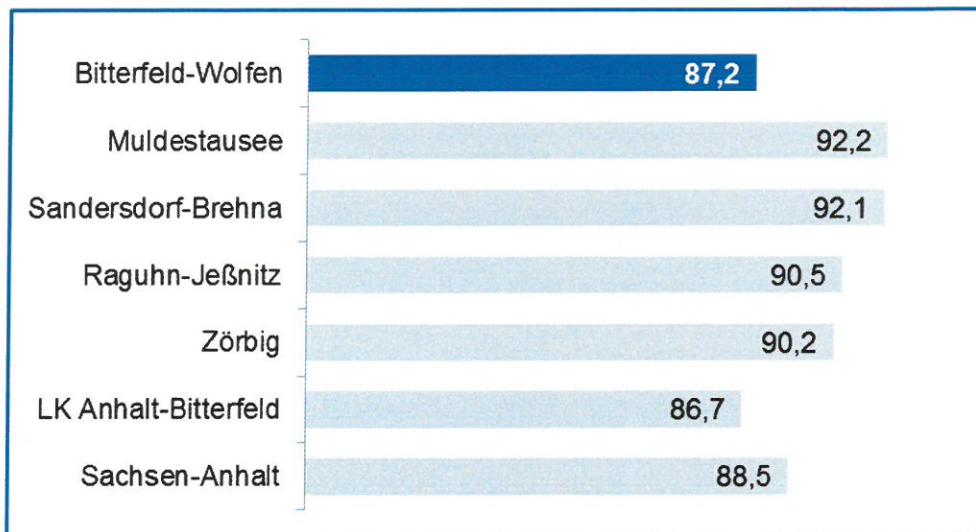
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

⁵ Am 26. Juli 2016 wurden die Ergebnisse der „6. Regionalisierten Bevölkerungsprognose Sachsen-Anhalt 2014 bis 2030“ zur einheitlichen Planungsgrundlage für alle Landesbehörden erklärt.

Eine aktuelle Bevölkerungsprognose auf Ebene der Ortsteile für das Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen liegt derzeit nicht vor.

Abbildung 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Einzelhandel insgesamt)


Quelle: BBE/CIMA/MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen erzielt mit 87,2 im regionalen Vergleich mit den unmittelbaren Nachbarkommunen ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau, welches aber leicht über dem Durchschnittsniveau des Landkreises Anhalt-Bitterfeld (86,7) liegt. Generell gilt jedoch, dass der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex des Landes Sachsen-Anhalt mit 88,5 mehr als 11 Prozentpunkte unter dem bundesdeutschen Durchschnitt liegt.

Pendlersituation

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt auch autoorientierte Einzelhandelsstandorte. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Bitterfeld-Wolfen beträgt 12.157, demgegenüber sind 7.112 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein beachtlicher, positiver Pendlersaldo von 5.045.⁶

Diese Pendlersituation ist Ausdruck der Bedeutung als Wirtschaftsstandort und lässt gesamtstädtisch entsprechende, einzelhandelsrelevante Kaufkraftzuflüsse erwarten. Diese sind jedoch in der vorliegenden Auswirkungsanalyse von nachrangiger Bedeutung.

Zielvorstellung zur gesamtstädtischen Standortsteuerung im Einzelhandel

Die Stadt Bitterfeld-Wolfen hat unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen sowie wirtschaftlicher und demographischer Rahmenbedingungen die Leitvorstellungen und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 definiert. Danach ist der Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung oberste Priorität einzuräumen. In einem hierarchisch gegliederten System weist die Stadt Bitterfeld-Wolfen ein innerstädtisches A-Zentrum Bitterfeld, Ortsteilzentren (B-Zentren) in Wolfen und Wolfen-Nord sowie zwei Nahversorgungszentren (C-Zentren) in Holzweißig und in der Damaschkestraße in

⁶ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte - Gemeindedaten, 30.06.2016, Bundesagentur für Arbeit

Wolfen als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung aus. Diese werden funktional ergänzt zum einen durch integrierte Nahversorgungslagen, zum anderen durch Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels. Der Untersuchungsstandort wurde als Ergänzungsstandort mit der Zweckbestimmung Baumarkt im Ortsteil Wolfen eingestuft.

Die Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes finden ihre planungsrechtliche Umsetzung im Bebauungsplan Nr. 2/2009 zur Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche.⁷

Fazit zum Makrostandort Bitterfeld-Wolfen - Ortsteil Wolfen:

- Mittelzentrum mit regionalen Versorgungsfunktionen
- Ortsteil Wolfen im nördlichen Teil der Stadt Bitterfeld-Wolfen mit unterschiedlichen Siedlungsstrukturen - von Einfamilienhaussiedlungen bis hin zu Großwohnsiedlungen
- insgesamt rückläufige Bevölkerungszahl für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, welche sich in den Prognosen bis 2030 fortsetzt
- Bevölkerungsentwicklung der Ortsteile unterschiedlich, Ortsteil Bitterfeld in den vergangenen Jahren mit leichten Bevölkerungszuwächsen, Ortsteil Wolfen mit deutlichen Bevölkerungsrückgängen
- wichtiger Wirtschafts- und Arbeitsstandort mit Ausstrahlungseffekten in die ganze Region
- hierarchisches Zentren- und Standortkonzept mit A- bis C-Zentren sowie weiteren Standortstrukturen mit ergänzenden Versorgungsfunktionen zur „Sicherung der Nahversorgung“ und als „Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel“

4. Mikrostandortanalyse

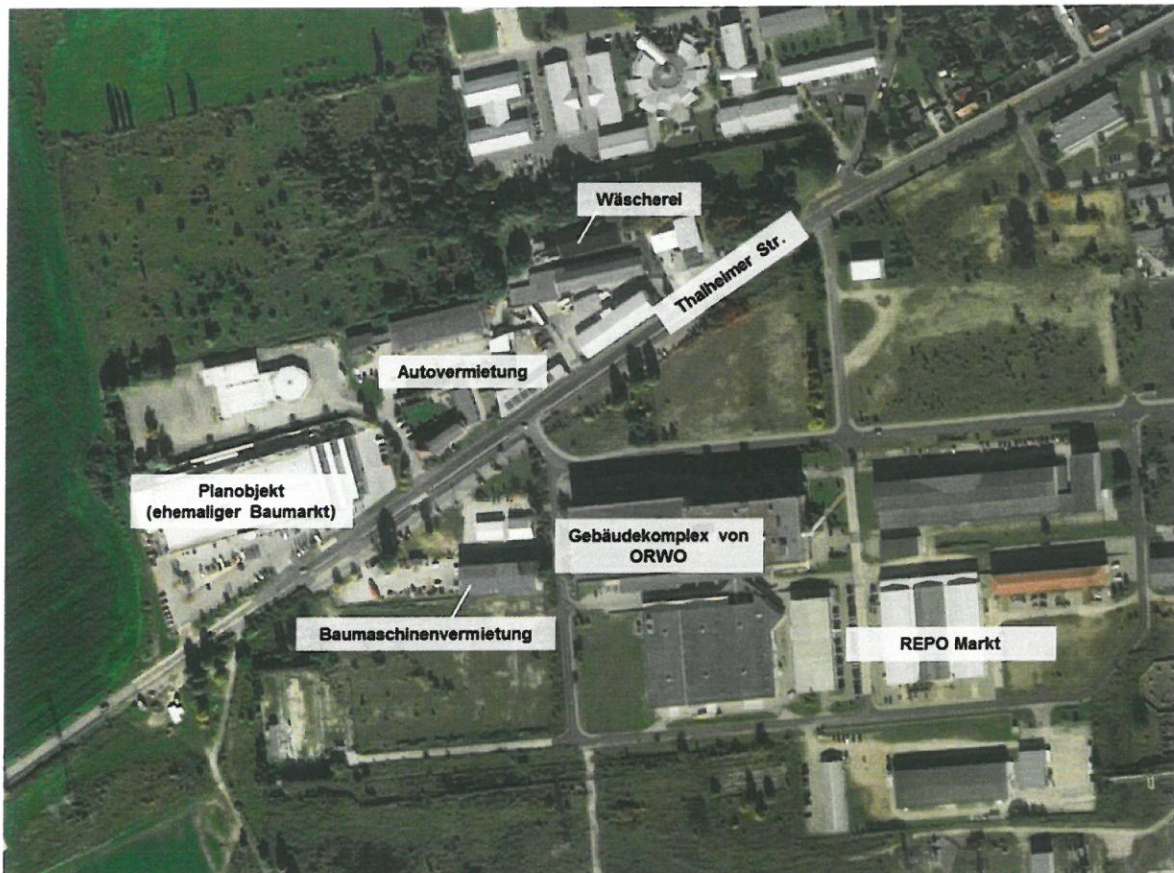
Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes und für die Wechselwirkung mit weiteren Anbietern im Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen von Relevanz.

Nutzungsstruktur am Projektstandort und im unmittelbaren Standortumfeld

Der Planstandort befindet sich auf der Nordseite der Thalheimer Straße unmittelbar an der westlichen Ortsteilgrenze von Wolfen, an die der Ortsteil Thalheim anschließt. Am Standort Thalheimer Straße 150 war bis Anfang 2014 ein Baumarkt angesiedelt. Mit der Insolvenz der Unternehmensgruppe Praktiker erfolgte die Schließung des Baumarktes. Seit diesem Zeitraum steht das auf der Karte 2 gekennzeichnete Objekt leer.

Das Umfeld des Einzelhandelsstandortes wird von typischen Gewerbebetrieben geprägt, aus Einzelhandelsicht ist es als periphere Solitärlage einzustufen. Nächstgelegener Einzelhandelsstandort ist ein Fachmarkt REPO, ca. 600 m südlich vom Projektstandort entfernt und gleichfalls umgeben von Industrie- und Gewerbeansiedlungen.

⁷ Als Satzung beschlossen durch den Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen am 04.03.2015.

Karte 2: Überblick zum Projektstandort und dessen Umfeld


Quelle: Nexiga, Esri Basemaps bearbeitet durch BBE

Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals

Die Thalheimer Straße durchquert den Ortsteil Wolfen in Ost-West-Richtung und stellt die Verbindung zum Ortsteil Thalheim her. In östlicher Richtung mündet sie innerhalb des Ortseiles Wolfen in die Bundesstraße B184, der Kreuzungsbereich mit der Leipziger Straße (ca. 2,3 km entfernt) bildet den nördlichen Abschluss des zentralen Versorgungsbereiches B-Zentrum (Ortsteilzentrum) Wolfen-Leipziger Straße.

In westlicher Richtung verbindet die Thalheimer Straße als Kreisstraße K2055 den Projektstandort mit den Ortsteilen Thalheim und weiterführend auch Rödgen. Westlich des Ortsteiles Rödgen kreuzt sie die Bundesstraße B183.

Die B183 ist auch über die Verbindung Guardianstraße / Stakendorfer Straße / Sandersdorfer Straße, abgehend ca. 550 m westlich des Projektstandortes (bzw. direkt über Kreuzungsbereich mit Sandersdorfer Straße innerhalb des Ortsteiles Thalheim), erreichbar. Der Anschluss an die B183 ist maßgeblich für die Kundenbindung aus einem potenziellen, südlichen Einzugsgebiet um den Ortsteil Bitterfeld. Die Sandersdorfer Straße führt als Kreisstraße K2056 nach Sandersdorf.

Insbesondere über beide Bundesstraßen ist eine gesamtstädtische Erreichbarkeit zu erzielen.

Versorgungsfunktion gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Der Projektstandort ist als Ergänzungsstandort mit der Zweckbestimmung Baumarkt in die Zentren- und Standortstruktur des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2009 aufgenommen. Als Entwicklungsperspektive wird der Erhalt des Baumarktstandortes in seiner bisherigen Größendimensionierung an-

gestrebt, Weiterentwicklungen hinsichtlich Anbieter- und Branchenstruktur oder Verkaufsflächenausstattung bedürfen in jedem Fall des Nachweises der Zentrenverträglichkeit.⁸

Planungsrechtliche Situation

Für den Einzelhandelsstandort gilt aktuell die 2. Änderung zum Vorhaben- und Erschließungsplan "Sondergebiet Bau- und Gartenmarkt Thalheimer Straße" im Ortsteil Wolfen, beschlossen vom Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen am 18.06.2007. Danach ist der Standort als Sondergebiet mit den Zweckbestimmungen als Baumarkt und Gartenmarkt gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 3 BauNVO festgesetzt.

In der Begründung zum Vorhaben- und Erschließungsplan sind folgende, genehmigte Verkaufsflächen ausgewiesen:

- Baumarkt 4.270 m²
- Gartenmarkt 1.200 m²
- zzgl. einer teilweise überdachten Freiverkaufsfläche mit insgesamt 1.600 m².

Die Gesamtverkaufsfläche ohne Freiflächen, als relevante Bezugsbasis für das aktuelle Planvorhaben, beträgt folglich 5.470 m².

Der Vorhaben- und Erschließungsplan trifft zudem Regelungen zur Begrenzung zentrenrelevanter Sortimente, es „sollten nicht mehr als 15 Prozent des Gesamtsortiments für zentrenrelevante Randsortimente genutzt werden“.⁹ Nicht eindeutig geregelt ist die Bezugsbasis der 15%, in jedem Fall anzurechnen wäre die Bau- und Gartenmarktfäche ohne Freiflächen¹⁰, demzufolge würde sich eine Zulässigkeit von ca. 820 m² zentrenrelevanter Sortimente für den Gesamtstandort errechnen.

Zur geplanten Revitalisierung des Standortes hat der Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen am 05.10.2016 den Aufstellungsbeschluss zur 3. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes gefasst.

Fazit zum Mikrostandort

- Der Projektstandort ist als Ergänzungsstandort mit der Zweckbestimmung Baumarkt im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen ausgewiesen. Für Weiterentwicklungen ist der Nachweis der Zentrenverträglichkeit erforderlich.
- Er ist als peripherer Ergänzungsstandort zum Ortsteil Wolfen einzustufen, das Umfeld ist vorwiegend durch typische Gewerbenutzungen geprägt. Die Thalheimer Straße ist sowohl an die B183 als auch B184 angebunden, die letztlich eine gesamtstädtische Erreichbarkeit absichern.
- Für den Projektstandort gilt aktuell die 2. Änderung zum Vorhaben- und Erschließungsplan "Sondergebiet Bau- und Gartenmarkt Thalheimer Straße", darin ausgewiesen ist eine zulässige Gesamtverkaufsfläche von 5.470 m² (ohne Freiflächen). Zentrenrelevante Sortimente sind auf 15% des Gesamtsortiments begrenzt.

⁸ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, Abschnitt VI.4.2, S. 96

⁹ vgl. Begründung zur 2. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplan Sondergebiet Bau- und Gartenmarkt Thalheimer Straße, Stadt Wolfen, Kreis Bitterfeld, Punkt 8.10 Sortimente, darin enthalten auch eine Zuordnung zentrenrelevanter Sortimente

¹⁰ Freiflächen eines Bau- und Gartenmarktes enthalten i.d.R. keine zentrenrelevanten Sortimente.

5. Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet

Im Mittelpunkt der städtebaulich zu bewertenden Wettbewerbsbeziehungen steht der Thomas Philipps Sonderpostenmarkt. Die Beschreibung des Angebotskonzeptes im Abschnitt 2.2 verdeutlicht potenzielle Wettbewerbsüberschneidungen in einer Vielzahl an Branchen / Warengruppen. Folglich wird in die nachfolgenden Bewertungen zunächst der Einzelhandelsbesatz der Stadt Bitterfeld-Wolfen umfassend einbezogen, differenziertere Wettbewerbsbeziehungen sind nachfolgend branchen- oder betreiberspezifisch zu bewerten.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Untersuchungsgebiet als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch das Revitalisierungsvorhaben.

Aufgrund der vorab dargelegten Angebotsstruktur des geplanten Thomas Philipps Sonderpostenmarktes ist grundsätzlich davon auszugehen, dass dieser vorrangig mit preisaggressiven Einzelhandelsanbietern, insbesondere mit preisorientierten Fachmarktkonzepten¹¹ konkurriert, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem kleinteiligen Fachhandel gegeben sind. Dabei werden grundsätzlich die größten Angebotsüberschneidungen mit typgleichen Sonderpostenmärkten sowie mit Non-Food-Discountern (u.a. REPO, Tedi, MäcGeiz, Groschenmarkt, Happy Cent) bestehen. Gleichzeitig übernimmt aber auch der sonstige preisaggressive Einzelhandel wesentliche Versorgungsfunktionen in diesem Marktsegment. Hierbei sind Niedrigpreiskaufhäuser (z.B. Woolworth), Bekleidungsfachmärkte (u. a. KiK, Takko), Bau- und Gartensmärkte (u.a. Toom, Obi, B1 Discount), (SB-)Möbelmärkte (u.a. SB Boss), sonstige Fachmarktkonzepte (u.a. Dänisches Bettenlager, Frick), aber auch SB-Warenhäuser (u.a. Kaufland, Real) und Drogeriemärkte sowie Lebensmitteldiscounter zu nennen. Letztere sind vor allem aufgrund ihres wöchentlich wechselnden Aktionswarensortiments wettbewerbsrelevant.

Im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen bestehen aktuell 288 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 93.760 m², die einen Umsatz von ca. 253 Mio. € generieren.

Nachfolgende Abbildung kennzeichnet die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen. Die Zuordnungen zu den Standorten sind dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009 entnommen.

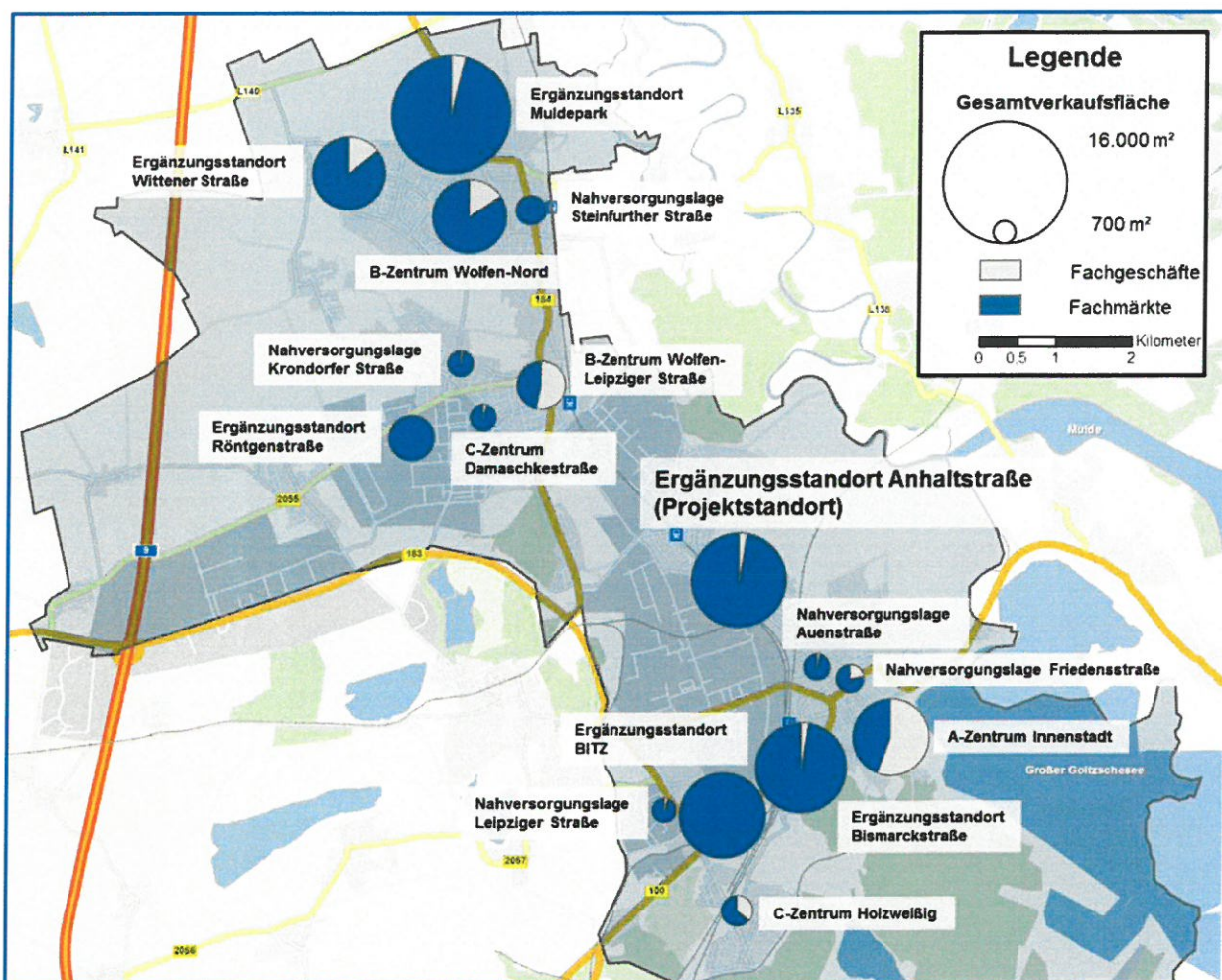
Flächengrößter und umsatzstärkster Standort ist der Ergänzungsstandort Muldepark Bobbau mit einer Verkaufsfläche von ca. 15.900 m² und einem Umsatz von ca. 32,2 Mio. €, gefolgt vom Ergänzungsstandort Anhaltstraße mit ca. 10.300 m² und einem Umsatz von ca. 28,9 Mio. € sowie dem Ergänzungsstandort BITZ mit ca. 10.420 m² und einem Umsatz von ca. 25,0 Mio. €.

Unter den zentralen Versorgungsbereichen erzielen die Innenstadt von Bitterfeld und das Ortsteilzentrum in Wolfen-Nord eine annähernd vergleichbare Kunden- / Umsatzbindung. Die Innenstadt von Bitterfeld (A-Zentrum) weist bei einer Verkaufsfläche von annähernd 7.000 m² einen Umsatz von fast 27 Mio. € auf, das

¹¹ Definition Fachmarkt laut Gesellschaft für Immobilien-Wirtschaftliche Forschung, Formen des Handels (2012) „Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche (beispielsweise Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder einer bestimmten Bedarfsgruppe (beispielsweise Sportfachmarkt, Baumarkt). Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung. Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), diskontorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zugunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt).“

Ortsteilzentrum (B-Zentrum) Wolfen-Nord verfügt über knapp 6.700 m² Verkaufsfläche und bindet einen Umsatz von ca. 22,3 Mio. €.

Karte 3: Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Fachgeschäften und Fachmärkten



Quelle: Nexiga GmbH, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH

Die Darstellung veranschaulicht zugleich die Dominanz der Fachmarktangebote in den Ergänzungstandorten, während insbesondere die Bitterfelder Innenstadt (A-Zentrum) und das Ortsteilzentrum Wolfen-Leipziger Straße (B-Zentrum) vorrangig auf Fachgeschäftsstrukturen aufbauen.

Die nachstehenden beiden Tabellen differenzieren den Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen nach Ortsteilen und Warengruppen. Die Sortimentsüberschneidungen mit dem geplanten Sonderpostenmarkt Thomas Philipps sind jeweils durch eine grüne Farunterlegung gekennzeichnet. Analog der Beschreibung im Abschnitt 2.2 wird ein sehr breites Branchenspektrum sichtbar.

Tabelle 4: Verkaufsflächen in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Ortsteilen und Warengruppen

	Bitterfeld		Wolfen		Bobbau (incl. Muldepark)		sonstige Ortsteile		Stadt Bitterfeld-Wolfen	
	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)	(m²)	(%)
Nahrungs- & Genußmittel (incl. Bäcker/Metzger)	15.423	50%	11.495	38%	2.733	9%	1.073	3%	30.724	100%
Drogerie/Parfümerie	2.641	57%	1.685	36%	220	5%	85	2%	4.631	100%
Apothekenbedarf / Sanitätshäuser	451	51%	410	46%			25	3%	886	100%
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	3.996	59%	606	9%	2.030	30%	155	2%	6.787	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	1.065	55%	620	33%	180	9%	55	3%	1.920	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	3.984	53%	2.560	34%	935	12%	55	1%	7.534	100%
Schuhe/Lederwaren	1.570	62%	470	18%	525	20%	10		2.575	100%
Heimwerker/Autozubehör	6.215	50%	2.425	19%	3.895	31%			12.535	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	1.810	53%	1.170	35%	415	12%	10		3.405	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	425	51%	370	45%	35	4%			830	100%
Sportartikel/Fahrräder	1.065	58%	604	34%	120	7%	10	1%	1.799	100%
Haustextilien/Heimtextilien	1.805	38%	2.545	54%	380	8%			4.730	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	990	11%	3.080	35%	4.800	54%			8.870	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	1.163	52%	70	3%	1.010	45%	10		2.253	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	1.165	45%	335	13%	1.026	39%	80	3%	2.606	100%
Foto/Optik/Akustik	330	43%	330	43%	106	14%			766	100%
Uhren/Schmuck	45	45%	55	55%					100	100%
sonstiges	280	35%	414	51%	105	13%	10	1%	809	100%
Einzelhandel gesamt	44.423	47%	29.244	31%	18.515	20%	1.578	2%	93.760	100%

Erhebung: BBE Handelsberatung

Tabelle 5: Umsatzstrukturen in Bitterfeld-Wolfen differenziert nach Ortsteilen und Warengruppen

Farbunterlegung = Sortimentsüberschneidung mit Thomas Philipps Sonderpostenmarkt	Bitterfeld		Wolfen		Bobbau (incl. Muldepark)		sonstige Ortsteile		Stadt Bitterfeld-Wolfen	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Metzger)	58.100	52%	39.670	36%	9.530	9%	3.780	3%	111.080	100%
Drogerie/Parfümerie	9.140	60%	5.230	34%	660	4%	230	2%	15.260	100%
Apothekenbedarf / Sanitätshäuser	9.080	46%	10.130	50%			880	4%	20.090	100%
Blumen/Gartenbedarf/Heimtierbedarf	7.590	59%	1.660	13%	3.110	25%	440	3%	12.800	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	3.500	57%	1.880	31%	570	9%	180	3%	6.130	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	9.790	57%	5.080	30%	2.050	12%	145	1%	17.065	100%
Schuhe/Lederwaren	3.470	62%	860	15%	1.260	22%	30	1%	5.620	100%
Heimwerker/Autozubehör	9.770	52%	3.080	17%	5.730	31%			18.580	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	3.460	59%	1.745	30%	600	10%	30	1%	5.835	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	1.030	60%	620	36%	70	4%			1.720	100%
Sportartikel/Fahrräder	2.390	70%	790	23%	200	6%	30	1%	3.410	100%
Haustextilien/Heimtextilien	2.430	41%	2.930	50%	550	9%			5.910	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	1.340	16%	3.150	37%	3.990	47%			8.480	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	2.130	45%	120	3%	2.510	52%	15		4.775	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	4.200	44%	1.030	12%	3.910	41%	325	3%	9.465	100%
Foto/Optik/Akustik	1.510	45%	1.420	43%	410	12%			3.340	100%
Uhren/Schmuck	390	49%	410	51%					800	100%
sonstiges	910	37%	1.340	54%	210	8%	30	1%	2.490	100%
Einzelhandel gesamt	130.230	52%	81.145	32%	35.360	14%	6.115	2%	252.850	100%

Erhebung: BBE Handelsberatung

Der Projektstandort ist dem Ortsteil Wolfen zugeordnet, dieser verfügt mit insgesamt ca. 29.200 m² über etwa ein Drittel der Einzelhandelsfläche von Bitterfeld-Wolfen, damit wird ein Gesamtumsatz von 81,1 Mio. € gebunden.

Den Angebotsschwerpunkt bildet das **B-Zentrum Wolfen-Nord**, welches eine stärker fachmarktgeprägte Anbieterstruktur aufweist und ausgehend vom Projektstandort in der Thalheimer Straße über die Verbindungsstraße in ca. 3,5 km erreichbar ist. So gibt es im kurzfristigen Bedarfsbereich mit den Discontern Aldi und Penny sowie dem Supermarkt Edeka bereits drei Lebensmittelmärkte am Standort, ergänzt durch einen Rossmann-Drogeriemarkt. Als weitere Fachmärkte sind der Bekleidungsfachmarkt Takko und ein Möbelmarkt hervorzuheben.

Ergänzend zeigt sich ein vielfältiges Nutzungsspektrum, welches keine Wettbewerbsbeziehungen mit dem Planvorhaben an der Thalheimer Straße erwarten lässt. Ausgangspunkt des B-Zentrums Wolfen-Nord bildete eine bereits zu DDR-Zeiten entstandene Funktionseinheit aus ehemaliger Kaufhalle und einem Gebäudekomplex mit Apotheke, diversen Ärzten, Post und Sparkasse. Dieser Standort bildet heute den westlichen Rand des Zentrums, der ehemalige Kaufhallenstandort ist mit dem Möbelfachmarkt besetzt, der Gebäudekomplex umfasst auch gegenwärtig diverse Arztpraxen, Apotheken, weitere Gesundheitsdienstleister (Krankenkasse, Pflege, etc.) sowie mehrere Einzelhandelsanbieter. Das weitere Areal westlich der Dessauer Allee ist mit mehreren Gebäudekomplexen als Handels- und Dienstleistungsstandort bebaut, beginnend am Nordrand des B-Zentrums mit dem Penny-Lebensmitteldiscounter, anschließend die „Nordpassage“ sowie drei weiteren Büro- und Geschäftsgebäude. Dieser Teilbereich des B-Zentrums westlich der Dessauer Allee bietet dabei ein sehr breites Angebotsspektrum. Einen wichtigen Schwerpunkt nimmt der Dienstleistungsbereich mit Sparkasse, diversen Bankfilialen, Reisebüro, verschiedenen Versicherungen und Krankenkassen, Gesundheitsdienstleistungen, Frisör, Kosmetik, Schlüsseldienst, Textilpflege, aber auch Diskothek und Eiscafé ein.

Das **B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße** fungiert als Ortsteilzentrum für die Altstadt von Wolfen. Es erstreckt sich entlang der Leipziger Straße als straßenbegleitendes Zentrum und schließt zusätzlich die Bahnhofstraße sowie den Bahnhofstandort ein. Das über die Thalheimer Straße ca. 2,3 km entfernte Zentrum ist als gewachsener Einzelhandelsstandort zu charakterisieren. Mit einem Lidl-Lebensmitteldiscounter als Magnetanbieter und weiteren Lebensmittelhandwerksbetrieben übernimmt das Ortsteilzentrum wichtige Nahversorgungsfunktionen für die Altstadt von Wolfen. Als wettbewerbsrelevant ist weiterhin der Textildiscounter KiK zu bewerten.

Wettbewerbsrelevant ist im Stadtgebiet Wolfen-Nord weiterhin der **Ergänzungsstandort Wittener Straße** mit einem Kaufland-Verbrauchermarkt als Magnetanbieter. Der Standort verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 6.350 m², incl. aller Konzessionäre vor Ort. Als wettbewerbsrelevant ist neben dem Verbrauchermarkt u.a. der KiK-Bekleidungsfachmarkt zu bewerten. Die Firma Kaufland strebt aufgrund des Stadtbaus am Standort und des Bevölkerungsrückgangs in Wolfen-Nord eine Standortverlagerung an. Konkrete Ergebnisse liegen noch nicht vor, in jedem Fall bleibt innerhalb des Ortsteiles Wolfen die potenzielle Wettbewerbsbeziehung mit einem Verbrauchermarkt bestehen.

Mit dem **Sonderpostenmarkt REPO** am Ergänzungsstandort Röntgenstraße und dem **Fachmarkt für Heimtextilien Hammer** in der Saarstraße gibt es zwei weitere wettbewerbsrelevante Fachmärkte im Ortsteil Wolfen. Der Sonderpostenmarkt REPO am Kreuzungsbereich Edisonstraße / Röntgenstraße ist als wichtigster Wettbewerber einzustufen, sowohl durch die konzeptionelle Überschneidung als Sonderpostenmarkt als auch durch die geringe Entfernung. Er liegt im gewerblichen Umfeld des Projektstandortes, lediglich 600 m Straßenverbindung bzw. 400 m Luftlinie entfernt (vgl. Abschnitt 4).

Der nördlich gelegene Ortsteil Bobbau ist bereits ca. 5 km vom Projektstandort entfernt, Wettbewerbsverflechtungen sind jedoch mit dem regional ausstrahlendem **Einkaufszentrum „Muldepark“**, peripher zum Ortsteil gelegen, zu erwarten. Wie bereits oben angesprochen, ist dieser im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesene Ergänzungsstandort mit einer aktuellen Gesamtverkaufsfläche von ca. 15.900 m² flächengrößter, zusammenhängender Einzelhandelsstandort der Stadt Bitterfeld-Wolfen.

Der Branchenschwerpunkt liegt im Bereich Bauen-Wohnen-Einrichten, ca. 72% der Verkaufsfläche entfallen auf die Warengruppen Gartenbedarf, Heimwerker, Möbel, Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik, Haus- und Heimtextilien, GPK/ Hausrat. Insbesondere der toom-Baumarkt steht in direkter Wettbewerbsbeziehung mit dem gesamten Revitalisierungsvorhaben an der Thalheimer Straße.

Weitere Fachmarktangebote vor Ort mit partiellen Wettbewerbsüberschneidungen zum Angebotskonzept des Sonderpostenmarktes sind der Elektrofachmarkt Medimax, der Bekleidungsfachmarkt AWG, der Schuhfachmarkt Deichmann, der Zoofachmarkt Zoo & Co. und das Möbelhaus Boss. Außerdem ist ein Edeka-Center vertreten.

Der **Ortsteil Bitterfeld** weist zweifellos verschiedenen Standorte mit potenziellen Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben an der Thalheimer Straße auf, aufgrund deren eigener Leistungsfähigkeit und bereits größeren Entfernungen zwischen 6 - 10 km sind letztlich nur geringe Wettbewerbseffekte zu erwarten.

Die **Innenstadt des Ortsteiles Bitterfeld** bildet das einzige urban gewachsene und zugleich kompakte Stadtzentrum im gesamten Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen. Sie ist im hierarchischen Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen als übergeordnetes A-Zentrum ausgewiesen, unterliegt folglich einer besonderen Schutzwürdigkeit als zentraler Versorgungsbereich. Die Innenstadt bietet die Verknüpfung einer historischen Altstadt und kann auch von der Einbeziehung touristischer Potenziale profitieren.

Mit dem Aldi-Lebensmitteldiscounter und dem Elektronikfachmarkt EP:Würtele gibt es zwei Fachmärkte in der Bitterfelder Innenstadt. Der Sonderpostenmarkt MacGeiz, der Drogeriemarkt Rossmann, die Bekleidungsgeschäfte NKD und KiK decken allerdings ebenfalls die fachmarktrelevante Nachfrage ab und sind daher dieser Kategorie zugeordnet. Demgegenüber existieren 58 Fachgeschäfte, welche die Innenstadt gemeinsam mit weiteren Dienstleistern und Gastronomiebetrieben prägen.

Benachbart zur Innenstadt und eingebunden in einem ehemaligen, denkmalgeschützten Industriebau weist der **Ergänzungsstandort des Kauflands in der Bismarckstraße** ungeachtet seiner direkten Wechselbeziehung mit dem A-Zentrum eine besondere städtebauliche Bedeutung auf. Mit dem Baumarkt B1 Discount ist zudem ein unmittelbarer Fachwettbewerb für das gesamte Revitalisierungsvorhaben ansässig.

Das **Einkaufszentrum „BiTZ“** (Bitterfelder Fachmarktzentrum) liegt an der Brehnaer Straße / B100 am südwestlichen Stadtrand. Es gliedert sich in einen straßenseitigen, zweietagigen Gebäudekomplex unmittelbar an der B100, einem rückwärtigem Baumarktstandort (OBI) in zweiter Reihe und einem östlichen Gebäudekomplex mit einem Supermarkt REWE und einem dm-Drogeriemarkt. Die Parkflächen liegen zwischen den Gebäudekomplexen. Der Ergänzungsstandort ist über die Bundesstraßen B183 und B184 in ca. 9,5 km Entfernung vom Projektstandort zu erreichen.

Wichtigster Magnetanbieter des BiTZ ist der rückseitige OBI-Bau- und Heimwerkermarkt. Im vorderen Gebäudekomplex sind im Erdgeschoß u.a. der Non-Food-Discounter TEDI, der Schuhfachmarkt Deichmann, und der Textil-Discounter KiK als wettbewerbsrelevante Anbieter angesiedelt.

Das **Einkaufszentrum „Anhaltstraße“** liegt an der Ortsteilgrenze von Bitterfeld und Greppin ca. 2 km nördlich der Innenstadt. Der Standort gliedert sich zum einen in den Gebäudekomplex des real.- SB-Warenhauses mit mehreren ergänzenden Konzessionären sowie einem ehemaligen Baumarktgebäude. Zum anderen befinden sich auf dem Areal zwei weitere Fachmarktimmobilien, die mit Takko, Siemes-Schuhcenter, Teppich Frick, Fressnapf und Dänisches Bettenlager mehrere ergänzende Fachmärkte aufweisen.

Wichtigster Magnetanbieter des Einkaufszentrums Anhaltstraße ist zweifellos das SB-Warenhaus, darüber hinaus profiliert sich dieser Ergänzungsstandort jedoch als preisorientierter Ergänzungsstandort. Dieses Standortprofil kann sich zukünftig noch stärker herausprägen. Auf Grundlage der 1. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 002 "Einkaufszentrum Anhaltstraße" im OT Stadt Bitterfeld, mit Satzungsbeschluss durch den Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen, liegen Entwicklungsperspektiven vor allem in eher preisorientierten Fachmarktkonzepten und in nicht-zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkten. Durch die Lage des Ergänzungsstandortes zwischen den Ortsteilen Wolfen und Bitterfeld wird die Wettbewerbsrelevanz mit dem Planvorhaben an der Thalheimer Straße weiter zunehmen.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Wettbewerbsbeziehungen des Planvorhabens leiten sich einerseits aus dem Schwerpunkt im baumarktrelevanten Sortimentsbereich, andererseits aus dem Sortimentsspektrum des Sonderpostenmarktes Thomas Philipps ab. Daraus resultieren sehr vielfältige Verflechtungen, i.d.R. jedoch mit geringer Wettbewerbsintensität.
- Besonders intensive Wettbewerbsbeziehungen werden mit dem nahegelegenen Sonderpostenmarkt REPO erwartet, sowohl begründet durch die betriebsformenspezifische Vergleichbarkeit als auch durch die unmittelbare Nähe (600 m Entfernung).
- Angebotsüberschneidungen sind im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen vorrangig mit ausgewiesenen Ergänzungsstandorten zu erwarten. Aus Sicht des baumarktrelevanten Warengruppenspektrums sind dies erwartungsgemäß die drei Baumarktstandorte im Stadtgebiet, also die Einkaufszentren Muldenpark im Ortsteil Bobbau (mit toom) und BITZ im Ortsteil Bitterfeld (mit OBI) sowie der Ergänzungsstandort Bismarckstraße (mit B1 Discount). Zusätzliche Wettbewerbsrelevanz durch den Sonderpostenmarkt im Planvorhaben besteht für den Ergänzungsstandort Anhaltstraße.
- Die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere auch die B-Zentren im Ortsteil Wolfen, heben sich in ihrer Angebotsstruktur deutlich ab, Wettbewerbseffekte sind nicht ganz auszuschließen, jedoch von nachrangiger Bedeutung.

6. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Die Abgrenzung eines Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung ist eine insgesamt gute Erreichbarkeit über die beiden Bundesstraßen B183 und B184 sowie die zu erwartenden Wettbewerbsbeziehungen bzw. die Lage und Entfernung zu den maßgeblichen Wettbewerbsstandorten. Daraus resultiert ein Einzugsgebiet, welches weite Teile des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen abdeckt und angrenzende Stadtgebiete von Raguhn-Jeßnitz und Sandersdorf-Brehna tangiert. In der westlichen Abgrenzung ist zum einen von der Barrierewirkung der Autobahn BAB 9 auszugehen, zum anderen besteht der nächstgelegene Sonderpostenmarkt Thomas Philipps in Weißandt-Görlau (Verwaltungssitz der Stadt Südliches Anhalt), in etwa 16 km Entfernung westlich vom Projektstandort gelegen.¹²

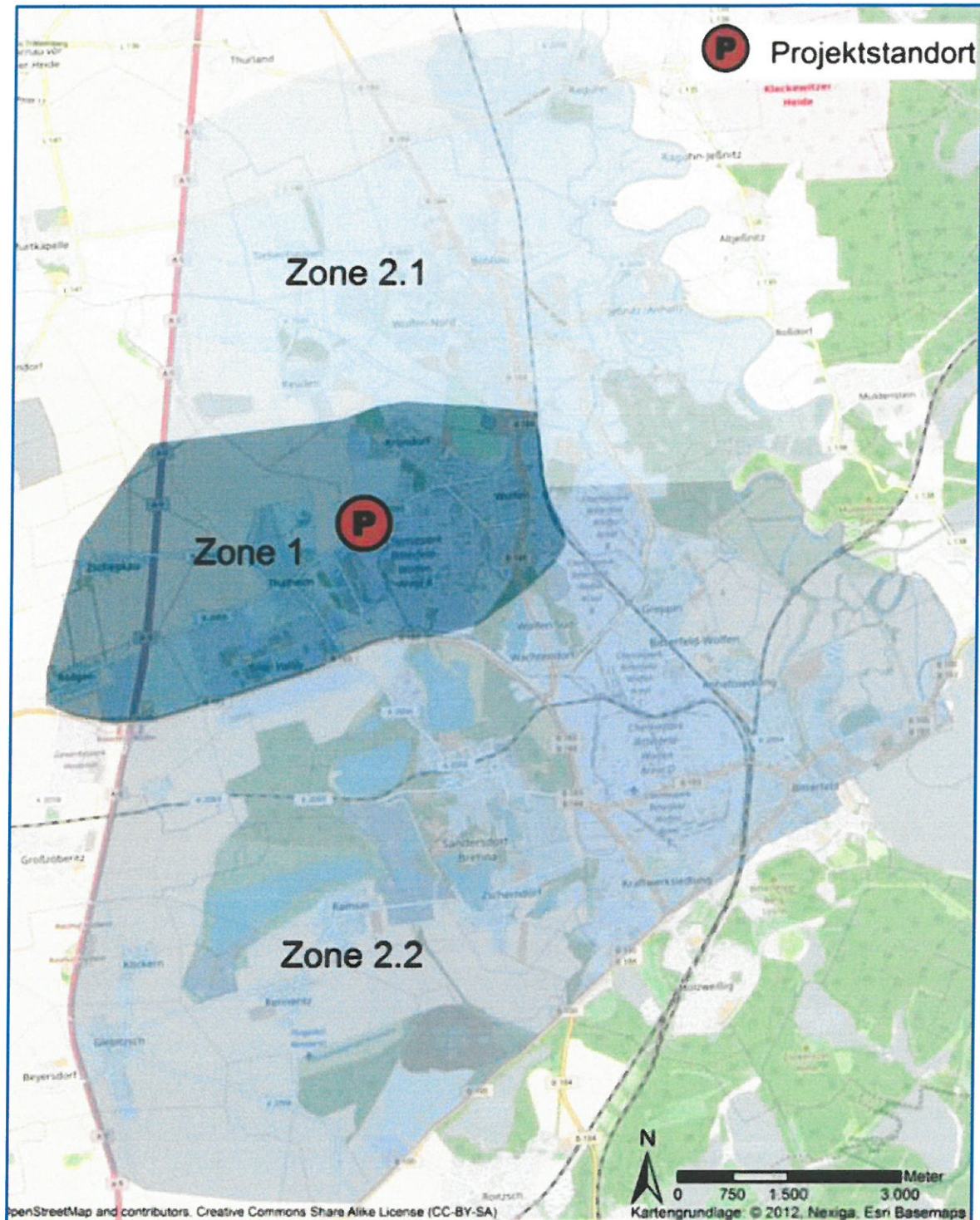
Folglich zeichnet sich folgendes Einzugsgebiet mit differenzierten Kundenbindungszonen ab:

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst die Kernstadt Wolfen (ohne Wolfen-Nord) sowie die Ortsteile Thalheim, Zschepkau und Rödgen. Es wird maßgeblich durch die unmittelbare Erreichbarkeit über die Thalheimer Straße definiert, woraus letztlich eine ausgeprägt Ost-West-Dehnung resultiert.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet** teilt sich in eine nördliche Zone 2.1 und eine südliche Zone 2.2 auf. Die **Zone 2.1**, nördlich angrenzend an die Kernstadt Wolfen und das Wohngebiet Krondorf, erstreckt sich über Wolfen-Nord und den Ortsteil Bobbau, in der nordöstlichen Ausdehnung wird Jeßnitz (Anhalt) bis zum Verlauf der Mulde angesprochen. Diese Zone wird vor allem durch die Wettbewerbsbeziehungen mit dem Einkaufszentrum Muldepark, nachrangig auch dem B-Zentrum Wolfen-Nord geprägt.
Die **Zone 2.2** definiert sich letztlich über die Kundenbindung an den Ortsteil Bitterfeld und daraus zu erwartende Wettbewerbseffekte mit dem Planvorhaben. Eingebunden sind mehrheitlich der Ortsteil Bitterfeld sowie der Ortsteil Greppin sowie das südlich vom Planstandort gelegene Stadtgebiet Sandersdorf. Der Verlauf der Bundesstraße B100 mit den anliegenden Wettbewerbsstandorten begrenzt ein realistisches Einzugsgebiet in südlicher Richtung.

Die exakte Abgrenzung ist in nachfolgender Karte dargestellt.

¹² Verkaufsfläche des Thomas Philipps Sonderpostenmarktes in Weißandt-Görlau 2.530 m² (Quelle Handelsatlas der IHK Halle-Dessau)

Karte 4: Einzugsgebiet des Planvorhabens an der Thalheimer Straße



Insgesamt leben ca. 51.670 Einwohner im Einzugsgebiet, davon entfallen ca. 7.630 Einwohner auf das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet, weitere ca. 19.840 Einwohner auf die nördliche Zone 2.1 sowie ca. 24.200 Einwohner auf die südliche Zone 2.2.

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebiets errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH sortimentsspezifische Verbrauchsausgaben) gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Auf die, gemessen am Niveau des Landes Sachsen-Anhalt, nur leicht unterdurchschnittliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Bitterfeld-Wolfen, wurde bereits verwiesen. Dies spiegelt sich in abgestufter Ausprägung innerhalb der Warengruppen wieder, wobei im kurzfristigen Bedarfsbereich sich Kaufkraftdefizite weniger auswirken als im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.

Durchschnittlich für das betrachtete Einzugsgebiet summieren sich die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel pro Kopf und Jahr auf ca. 5.400 €, davon entfallen 3.260 € auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, 1.230 € auf den mittelfristigen Bedarfsbereich und 910 € auf den langfristigen Bedarfsbereich.

In Verbindung mit dem Einwohnerpotenzial errechnet sich ein relevantes Nachfragepotenzial von ca. 279,9 Mio. €, davon entfallen ca. 40,5 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet, 105,3 Mio. € auf die Zone 2.1 im erweiterten Einzugsgebiet und schließlich 134,1 Mio. € auf die Zone 2.2. Unter Berücksichtigung der Bevölkerungsprognose ist in den kommenden Jahren eher mit einem rückläufigen Nachfragepotenzial zu rechnen, eine gegebenenfalls leicht zunehmende Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung kann keinesfalls den erwarteten Bevölkerungsrückgang, insbesondere im Ortsteil Wolfen, kompensieren.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Planvorhabens Thalheimer Straße

Sortimentgruppe	Kerneinzugsgebiet Zone 1 Nachfrage- volumen (T€)	Erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.1 Nachfrage- volumen (T€)	Erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.2 Nachfrage- volumen (T€)	Einzugsgebiet gesamt	
				Ø Verbrauchs- ausgaben pro Kopf (€)	Nachfragevolumen (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	15.781	41.048	51.545	2.100	108.373
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2.021	5.257	6.509	270	13.787
Heimtier	326	847	1.063	40	2.236
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	4.577	11.905	14.442	600	30.924
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.468	3.818	4.726	190	10.011
Blumen / Zimmerpflanzen	439	1.143	1.598	60	3.180
überwiegend kurzfristiger Bedarf	24.611	64.017	79.884	3.260	168.512
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	3.014	7.839	9.927	400	20.781
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	747	1.942	2.497	100	5.185
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	2.999	7.802	10.571	410	21.372
Gartenbedarf / Grün Outdoor	810	2.108	2.948	110	5.867
GPK**/Haushaltsgegenstände	577	1.501	1.943	80	4.021
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	272	708	1.007	40	1.987
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	644	1.674	2.339	90	4.658
überwiegend mittelfristiger Bedarf	9.063	23.574	31.233	1.230	63.871
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	521	1.355	1.733	70	3.609
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	1.750	4.551	6.064	240	12.365
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	985	2.563	3.257	130	6.805
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	1.783	4.638	6.037	240	12.457
Foto / Optik	771	2.004	2.600	100	5.375
Uhren / Schmuck	286	744	947	40	1.977
sonstiger Einzelhandel	708	1.842	2.349	90	4.899
überwiegend langfristiger Bedarf	6.803	17.696	22.987	910	47.486
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	40.478	105.287	134.103		279.868
*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik					
Einwohner	7.626	19.836	24.209		51.671

Berechnung: BBE Handelsberatung

7. Auswirkungsanalyse

7.1. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

Das Vorhaben liegt im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Vorhaben- und Erschließungsplanes. Für diesen wurde durch den Stadtrat der Stadt Bitterfeld-Wolfen am 05. Oktober 2016 der Aufstellungsbeschluss zur 3. Änderung gefasst.

Als großflächiges Einzelhandelsvorhaben bemisst sich dessen Zulässigkeit nach den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierin heißt es:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.¹³
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten. Im vorliegenden Fall des Projektvorhabens an der Thalheimer Straße ist dies unstrittig.

Die Regelvermutung kann widerlegt werden, wenn im Rahmen einer Einzelfallprüfung nachgewiesen werden kann, dass im konkreten Fall keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Dazu dürfen von dem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen. Dabei sind nach § 11 Abs. 3 BauNVO hinsichtlich der Auswirkungen „... insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

¹³ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen

Insofern kann die Widerlegung der Regelvermutung aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren.¹⁴ Dabei können **betriebliche Besonderheiten** vorliegen, wie z.B.

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe) beschränkt ist,
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Das Revitalisierungsvorhaben für den ehemaligen Baumarktstandort baut überwiegend auf ein bau-marktspezifisches, nicht-zentrenrelevantes Angebotsprofil auf, teilweise sogar begrenzt auf Großhandelsfunktion.

Zentrenrelevante Angebotsstrukturen werden insbesondere durch den Sonderpostenmarkt Thomas Philipps berührt. Ob daraus jedoch städtebauliche Auswirkungen im Sinne der Regelvermutung nach §11 abs. 3 BauNVO resultieren oder städtebauliche Besonderheiten zu einer atypischen Fallgestaltung führen, wird in den nachfolgenden Abschnitten geprüft.

¹⁴ BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

7.2. Projektrelevante Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen

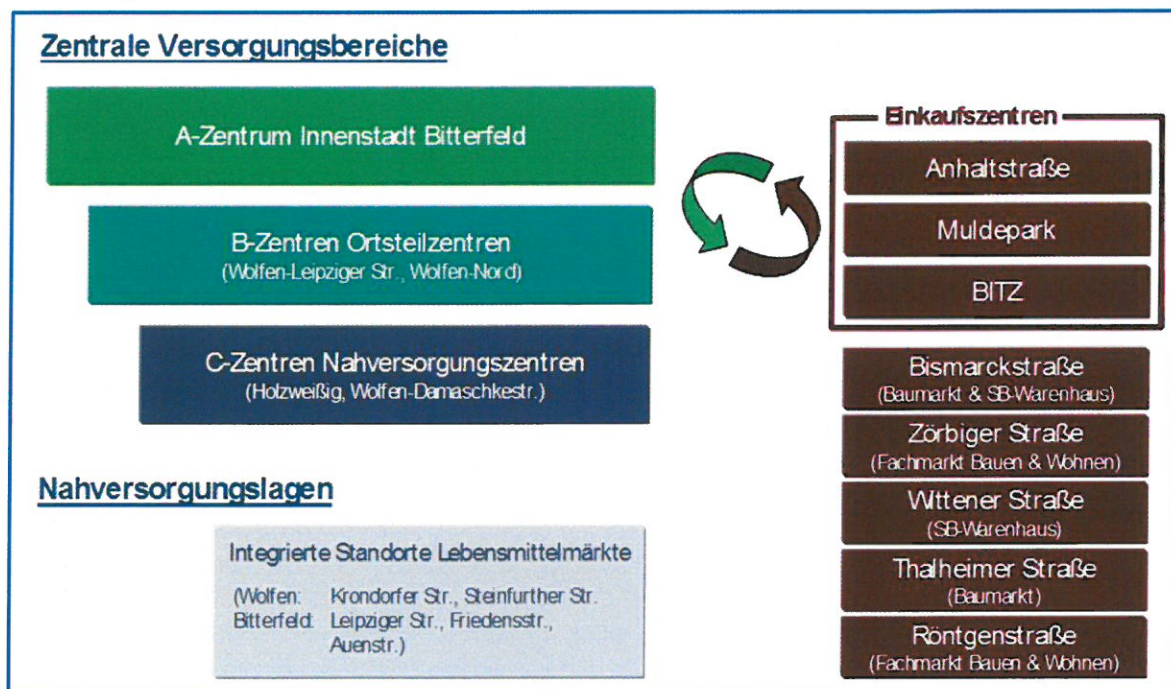
Maßgeblich für die Beurteilung der Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens ist dessen Einordnung in die Grundsätze und Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes von Bitterfeld-Wolfen aus dem Jahr 2009. Demnach soll die Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet durch ein hierarchisch gestuftes Netz von funktionsfähigen Versorgungszentren mit zusätzlichen integrierten Nahversorgungsstandorten und Ergänzungsstandorten für großflächigen Einzelhandel gewährleistet werden.

Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen erfolgte mit dem Bebauungsplan zur Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Bitterfeld-Wolfen, Nr. 2/2009, als Satzung beschlossen am 04.03.2015.

Das Zentren- und Standortkonzept umfasst gesamtstädtisch für die Stadt Bitterfeld-Wolfen:

- das A-Zentrum Innenstadt Bitterfeld,
- B-Zentren als Ortsteilzentren in Wolfen-Leipziger Straße und Wolfen-Nord,
- C-Zentren als Nahversorgungszentren in Holzweißig und Wolfen-Damaschkestraße,
- integrierte Nahversorgungsanlagen,
- sowie acht Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels, darunter auch der Planstandort - Ergänzungsstandort Thalheimer Straße (Baumarkt).

Abbildung 3: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen¹⁵



Mit diesem Zentren- und Standortkonzept, dessen Abstufung von A- bis C-Zentren, ergänzt durch Nahversorgungsanlagen und Ergänzungsstandorte, auch als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen ist, werden **konzeptionelle Vorgaben** für die Einzelhandelspolitik der Stadt Bitterfeld-Wolfen fixiert.

¹⁵ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, Abschnitt VI.2.2 - Grundstruktur

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept fasst diese wie folgt zusammen:¹⁶

- Die Bitterfelder Innenstadt soll zukünftig als mittelzentrales Handels- und Dienstleistungszentrum sowohl für die Einwohner im gesamten Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen als auch für die regionale Ausstrahlungskraft und zu entwickelnde Tourismusrelevanz des Einzelhandelsstandortes Bitterfeld-Wolfen prioritär entwickelt werden. Daraus leiten sich spezifische Aufgabenstellungen zum Schutz und zur Entwicklung der Angebotsstrukturen ab.
- Ausgehend vom regionalen Standortwettbewerb mit den resultierenden Kaufkraftabflüssen zielen die B-Zentren als Ortsteilzentren auf umfassende, stadtgebietsbezogene Grundversorgungsfunktionen.
- C-Zentren konzentrieren sich auf Nahversorgungsfunktionen, im Mittelpunkt steht eine fußläufige Erreichbarkeit der umliegenden Wohnquartiere für den täglichen Bedarf.
- **Ergänzungsstandorte übernehmen wichtige mittelzentrale Versorgungsfunktionen der Stadt Bitterfeld-Wolfen, insgesamt sollen nicht integrierte Ergänzungsstandorte aber zukünftig das Zentrengefüge weder dominieren noch auf irgendeiner Stufe gefährden. Folglich sind Entwicklungen an Ergänzungsstandorten, grundsätzlich nach ihren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu bewerten. Bei den Ergänzungsstandorten ist zu differenzieren zwischen drei Einkaufszentren und fünf Fachmarkt- bzw. SB-Warenhaus-Standorte.**
- **Zukünftige Einzelhandelsentwicklungen und Ansiedlungsvorhaben sind in das Zentrengefüge einzubinden, somit unerwünschte Entwicklungen gezielt auszuschließen.**
- Durch Konzentration auf die gezielte Zentrenstruktur sind Einzelhandelsaufgaben an unwirtschaftlichen oder städtebaulich ungeeigneten Standorten nicht nur akzeptabel, sondern hinsichtlich einer zukunftsfähigen Standortstruktur des Bitterfeld-Wolfener Einzelhandels sogar zweckdienlich.

Die Umsetzung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes wird durch einen Handlungsleitfaden (Handlungsschwerpunkte) konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Diese Handlungsschwerpunkte bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der ortsspezifischen „Bitterfeld-Wolfener Liste“ (Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente) wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet. Aus Sicht des Planvorhabens an der Thalheimer Straße sind vor allem die beiden folgenden Handlungsschwerpunkte von Relevanz:¹⁷

Handlungsschwerpunkt 2:

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind den zentralen Versorgungsbereichen, vorrangig dem A-Zentrum und in abgestufter Ausprägung entsprechend den zugewiesenen Versorgungsfunktionen den B- und C-Zentren vorbehalten.

Handlungsschwerpunkt 7:

- In bestehenden Ergänzungsstandorten des Einzelhandels werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, bzw. bestehende planungsrechtliche Festsetzungen eingehalten, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollten.

¹⁶ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 54

¹⁷ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 110 ff.

7.3. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen wird eine Umsatzerwartung prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischer Weise an sich binden kann.

Auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen einschließlich der aktuellen Wettbewerbsentwicklungen und einer zu erwartenden Marktstellung der Planvorhaben, wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung anbieterspezifisch ermittelt. Im Fokus stehen dabei die städtebaulich relevanten Einzelhandelsumsätze.

Wie bereits ausführlich im Abschnitt 2 dargestellt, ist mit dem Planvorhaben eine Aufgliederung der ehemaligen Baumarkt-Verkaufsfläche auf insgesamt 4 Anbieter verbunden, davon sind 3 Anbieter dem Einzelhandel zuzurechnen.

Tabelle 7: Umsatzprognose (Einzelhandel) der Anbieterstruktur am Planstandort Thalheimer Straße

Planvorhaben	Verkaufs- / Ausstellungs- fläche	Flächen- produktivität Einzelhandel	Umsatz- erwartung Einzelhandel
Sonderpostenmarkt Thomas Philipps	2.100 m ²	1.000 €/m ²	2.100 T€
Discountbaumarkt	1.200 m ²	1.300 €/m ²	1.600 T€
Teppich- und Bodenbelagsfachhandel	1.400 m ²	900 €/m ²	1.300 T€
Ausstellung Sanitär- und Fliesen-Großhandel	1.200 m ²		
Verkaufs- / Ausstellungsfläche gesamt	5.900 m ²		
darunter Einzelhandel	4.700 m²		5.000 T€

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2017

Insgesamt wird für das Planvorhaben ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von 5 Mio. € prognostiziert, davon entfallen 2,9 Mio. € auf die beiden baumarktrelevanten Anbieter und 2.1 Mio. € auf den Sonderpostenmarkt Thomas Philipps.

Für die baumarktrelevanten Anbieter werden branchentypische Vergleichswerte herangezogen. Betreiber-spezifisch sind bei Bau- und Heimwerkermärkten sicherlich größere Spannweiten in der Flächenproduktivität zu verzeichnen. Als angestrebter Discountbaumarkt in der angestrebten Größendimensionierung, einer damit verbundenen Ausstrahlung und unter Berücksichtigung der örtlichen Wettbewerbs- und Kaufkraftverhältnisse ist aber bestenfalls mit dem angesetzten Branchendurchschnittswert zu rechnen, eine vergleichbare Aussage ist auch auf den Bodenbelagsfachhandel zu übertragen.¹⁸

Für den Sonderpostenmarkt Thomas Philipps ist von durchschnittlichen, betreiberspezifischen Flächenproduktivitätswerten und/oder Filialumsätzen auszugehen.

Der durchschnittliche Filialumsatz eines Thomas Philipps Sonderpostenmarktes liegt bei rd. 1,6 Mio. €¹⁹, gemäß den Standortanforderungen von Thomas Philipps²⁰ werden dabei Flächen zwischen 1.000 und

¹⁸ Durchschnittlicher Umsatz je m² bew. Verkaufsfläche der Baumärkte in Deutschland 2016: 1.320 €/m² (Quelle gemaba)

Spannweite der Flächenproduktivität für Heimtex- und Bodenbelagsfachhandel zwischen 850 €/m² bis 1.100 €/m², u.a. auch abhängig von der tatsächlichen Angebotsstruktur (Parkett / Laminat / textile Bodenbeläge / Farben / Tapeten / Malerbedarf) - für den Standort Thalheimer Straße als ausgeprägter Bodenbelagsfachhandel ist eher ein unterdurchschnittlicher Produktivitätswert anzusetzen

¹⁹ Hahn Retail Real Estate Report 2010/2011 – Germany, Umsätze von Sonderpostenmärkten/ Non-Food-Discountern

²⁰ vgl. Informationen für Makler und Vermieter von Einzelhandelsimmobilien unter www.thomas-philipps.de

Auswirkungsanalyse - Thomas Philipps Sonderpostenmarkt im Ortsteil Wolfen

2.500 m² belegt. Der im Ortsteil Wolfen geplante Sonderpostenmarkt wird demnach im oberen Ende der filialeigenen Größendimensionierung rangieren²¹, so dass zunächst von einem überdurchschnittlichen Gesamtumsatz auszugehen ist. Dabei wird der zu erwartende Umsatz allerdings nicht proportional mit der Verkaufsfläche zunehmen. Vielmehr ist aufgrund der größeren Fläche mit einer Abnahme der Flächenproduktivität zu rechnen. Unter Berücksichtigung der angestrebten Größendimensionierung und der dargelegten Erreichbarkeit aus einem annähernd gesamtstädtischen Einzugsgebiet einerseits sowie fehlender großformatiger, kundenfrequenzstarker Umfeldnutzungen (z.B. Möbelhaus, SB-Warenhaus, Baumarkt) andererseits wird für den geplanten, solitären Sonderpostenmarkt gutachterlicherseits eine Umsatzgröße von 2,1 Mio. € als maximal erzielbar angesehen („Worst-Case“-Szenario). Dies entspricht zugleich einer für Sonderpostenmärkte typischen Flächenproduktivität von ca. 1.000 €/m².

Aus der Verknüpfung dieses maximalen Umsatzpotenzials mit der geplanten Verkaufsflächenstruktur lassen sich in nachfolgender Tabelle voraussichtliche Umsatzanteile nach Warengruppen abschätzen.

Tabelle 8: Umsatzprognose nach Warengruppen für den Sonderpostenmarkt Thomas Philipps

Angebotskonzept Sonderpostenmarkt Thomas Philipps					
	Verkaufsfläche		Flächenleistung	Umsatz	
	%	m ²	€/m ²	%	T€
Bettwäsche, Decken, Kissen (zentrenrelevant)	0,48%	10	1.200	0,48%	10
Drogeriewaren/Haushaltskosmetik (zentrenrelevant)	3,81%	80	1.200	4,76%	100
Gardinen (zentrenrelevant)	0,24%	5	1.200	0,48%	10
Geschenkartikel (zentrenrelevant)	3,81%	80	1.100	4,29%	90
Haushaltwaren (zentrenrelevant)	9,05%	190	1.100	10,00%	210
Lebensmittel (verpackt) (zentrenrelevant)	6,19%	130	1.350	8,57%	180
Papier und Schreibwaren (zentrenrelevant)	1,43%	30	1.200	1,90%	40
Putz- u. Reinigungsmittel (zentrenrelevant)	3,10%	65	1.200	3,81%	80
Schuhe, Taschen, Korbwaren (zentrenrelevant)	0,24%	5	1.300	0,48%	10
Spielwaren / Hobby (zentrenrelevant)	1,81%	38	1.300	2,38%	50
Textilien (zentrenrelevant)	1,90%	40	1.300	2,38%	50
Tierzubehör (zentrenrelevant)	0,48%	10	1.000	0,48%	10
Autozubehör (nicht-zentrenrelevant)	4,29%	90	1.000	4,29%	90
Bau- u. Heimwerkerchemie (nicht-zentrenrelevant)	2,90%	61	1.000	2,86%	60
Campingartikel (nicht-zentrenrelevant)	6,67%	140	1.100	7,14%	150
Dünger, Erden, Substrate (nicht-zentrenrelevant)	5,00%	105	1.100	5,71%	120
Freizeitartikel (nicht-zentrenrelevant)	8,57%	180	1.000	8,57%	180
Gartenartikel (nicht-zentrenrelevant)	9,52%	200	1.000	9,52%	200
Kleitmöbel, Matratzen, Tapeten (nicht-zentrenrelevant)	4,52%	95	1.000	4,76%	100
Pflanzen (nicht-zentrenrelevant)	8,33%	175	1.100	9,05%	190
Tiernahrung (nicht-zentrenrelevant)	2,86%	60	1.200	3,33%	70
Werkzeuge (nicht-zentrenrelevant)	4,05%	85	1.200	4,76%	100
Sonstiges (Eingang / Kassenbereich)	10,76%	226			
Sonderpostenmarkt gesamt		2.100			2.100
darunter:					
zentrenrelevante Sortimente	32,5%	683		40,0%	840
nicht-zentrenrelevante Sortimente	67,5%	1.417		60,0%	1.260

Berechnung: BBE Handelsberatung, April 2017

²¹ Der nächstgelegene Bestandsmarkt von Thomas Philipps in Weißandt-Görlau ist mit ca. 2.530 m² (Quelle IHK) sogar größer als das Planvorhaben in Wolfen.

Infolge des Angebotskonzeptes mit hoher Sortimentsbreite bei jeweils nur begrenzter Sortimentstiefe verteilen sich auch die Umsätze auf diese Vielzahl an Warengruppen, zwar mit unterschiedlicher Gewichtung jedoch ohne ausgeprägten Umsatzschwerpunkt. Je Warengruppe differieren die Umsatzanteile zwischen lediglich 10 T€ bis maximal 210 T€.

Höhere, warengruppenbezogene Umsatzanteile sind entsprechend der angestrebten Verkaufsflächenstruktur bei nicht-zentrenrelevanten Warengruppen zu erwarten. Insgesamt beträgt der Umsatzanteil durch nicht-zentrenrelevante Sortimente ca. 60% des Gesamtumsatzes, der Umsatzanteil zentrenrelevanter Sortimente liegt mit ca. 40% leicht über dem Flächenanteil.

Die größten Umsatzwerte werden bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten im Gartenbereich erwartet, u.a. für Gartenartikel (ca. 200 T€) und für Pflanzen (ca. 190 T€).

Unter den zentrenrelevanten Warengruppen heben sich die Haushaltswaren (ca. 210 T€) und die verpackten Lebensmittel (ca. 180 T€) in ihren Umsatzanteilen ab.

7.4. Umsatzzumlenkungseffekte und Beurteilung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen

Im Folgenden werden die durch das Vorhaben induzierten „Kannibalisierungseffekte“ abgeschätzt und hinsichtlich ihrer städtebaulichen Folgewirkung bewertet. Diese Bewertung konzentriert sich ausschließlich auf den Sonderpostenmarkt Thomas Philipps, im Fokus steht eine potenzielle Zentrenrelevanz des Planvorhabens, die in der angestrebten Anbieteragglomeration am Projektstandort nur vom Sonderpostenmarkt ausgehen kann.

Anzunehmen ist dabei, dass der Planumsatz des neuen Sonderpostenmarktes infolge der erläuterten Kundenorientierung (vgl. Abschnitt 2.2) zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, das Planvorhaben vergrößert nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes.

Durch die Ansiedlung des Sonderpostenmarktes werden somit Umverteilungseffekte bei anderen Einzelhandelsbetrieben ausgelöst, die im Hinblick auf die städtebaulichen Auswirkungen zu bewerten sind. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche im Vordergrund.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnah Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17. Dezember 2009 (BVerwG 4 C 2.08) ist die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche gefährdet, „wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann. Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind nicht erst dann schädlich, wenn sie die Schwelle zur Unzumutbarkeit überschreiten. Schutzzweck des § 34 Abs. 3 BauGB ist die Vermeidung städtebaulich „nachhaltiger“ Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.“

Weiter verweist das genannte Urteil: „Der Prüfungsmaßstab der schädlichen Auswirkungen fordert eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände.“ Hierzu zählen neben einem aus prognostischer Sicht zu erwartenden Kaufkraftabzug insbesondere auch die Gesamtzusammenhänge zwischen dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich und dem Standort des Vorhabens.

Zur Einschätzung der zu erwartenden Wettbewerbseffekte und deren städtebauliche Bedeutung sind noch einmal folgende spezifische Bedingungen des Sonderpostenmarktes zu beachten:

- Das Sortimentskonzept von Thomas Philipps zeigt sich extrem differenziert und umfasst eine Vielzahl von Warengruppen, die allerdings nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten werden.
- Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen.
- Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielt der Sonderpostenmarkt folglich nicht primär auf Kunden ab, die gezielt ein bestimmtes Produkt erwerben möchten; stattdessen wird mit einer ausgeprägten Discountstrategie darauf abgezielt, Zusatz- bzw. Impulskäufe anzuregen.
- Sonderpostenmärkte weisen folglich auch nur einen stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug zu Betriebsformen wie Fachgeschäften, Fachmärkten sowie Kauf- und Warenhäusern auf, die vom Kunden gezielt und aufgrund eines bestimmten Kaufinteresses aufgesucht werden und in ihren jeweiligen Sortimenten sowohl in der Breite als auch in der Tiefe wesentlich umfassendere Angebote vorhalten.

- Die stark ausgeprägte Kleinteiligkeit des Sortiments in Kombination mit einem zumeist nur temporären Angebot hat zur Folge, dass etwaige Wettbewerbswirkungen eine große Streuung aufweisen und folglich auf einzelbetrieblicher Ebene jeweils nur zu geringen Umsatzrückgängen führen.
- Aufgrund des hohen Anteils häufig wechselnder Postenware ändern sich die Wettbewerbswirkungen des Marktes zudem über den Jahresverlauf.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt grundsätzlich die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass potenzielle Wettbewerber im näheren Umfeld des Planstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sein werden als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Einen ersten Anhaltspunkt zur städtebaulichen Bewertung bietet bereits die im Abschnitt 7.3 vorgenommene Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Umsatzanteilen. Auf zentrenrelevante Sortimente entfällt voraussichtlich eine Gesamtumsatz von 840 T€. Dieser verteilt sich auf eine größere Anzahl an Warengruppen und Wettbewerbsstandorten.

In diesem Sinne differenziert nachfolgende Tabelle die zu erwartenden Umverteilungseffekte nach Warengruppen und Einzugsgebietszonen, abgestimmt auf die zu erwartenden Wettbewerbsbeziehungen. Insgesamt wird die bereits mehrfach diskutierte, breite Streuung der Wettbewerbseffekte sichtbar. Warengruppenspezifisch bleiben Umverteilungseffekte sowohl hinsichtlich des absoluten Umsatzes als auch der relativen Bedeutung gegenüber den Bestandsumsätzen auf geringem Niveau. So ist der Einzelhandel im Kerneinzugsgebiet mit ca. 428 T€ bzw. durchschnittlich 1,2% des aktuellen Umsatzniveaus betroffen, im erweiterten Einzugsgebiet (Zonen 2.1 und 2.2) steigen zwar die absoluten Umsatzanteile, deren relative Bedeutung zum aktuellen Bestandsumsatz sinkt jedoch unter einem Prozent.

Im Detail sind folgende Ergebnisse hervorzuheben:

- Im **Kerneinzugsgebiet** sind warengruppenspezifisch nur geringe Umsatzwerte auszuweisen, mehrheitlich zwischen 10 T€ bis 50 T€, teilweise auch nur im einstelligen Bereich. Lediglich im Baumarktsortiment summiert sich der erwartete Umsatzeffekt auf 130 T€.

Eine besondere Betroffenheit ist zweifellos für den nahegelegenen Sonderpostenmarkt REPO zu erwarten, durch die unmittelbare Überschneidung in den Zielgruppen und Sortimentsstrukturen. Die ausgewiesenen Umverteilungseffekte im Baumarkt-Sortiment, beim Hausrat aber auch bei den verpackten Lebensmitteln und Drogerieartikeln sind im Schwerpunkt auf diesen direkten Wettbewerb zurückzuführen.

Bei Haus- und Heimtextilien ist neben dem REPO-Markt auch der Wettbewerb mit dem Fachmarkt Hammer-Heimtex zu beachten.

Die Auswirkungen auf das B-Zentrum Wolfen-Leipziger Straße belieben sicherlich unter der Spürbarkeitsschwelle, auch wenn eine Betroffenheit beispielsweise des Textildiscounters KiK nicht ausgeschlossen werden kann.

Allerdings geht von derart geringen Umverteilungswerten wie bei Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren oder Spielwaren keine städtebauliche Relevanz aus.

Gleiches gilt für Nahversorgungsstrukturen, vom ohnehin geringen Umverteilungseffekt bei Nahrungs- und Genussmitteln ist zum einen auch der nahegelegene REPO-Markt betroffen, zum anderen verteilen sich Restbeträge auf mehrere Standorte, eine einzelne Betroffenheit ist modelltheoretisch nicht mehr ausweisbar.

- In der **Zone 2.1** des erweiterten Einzugsgebietes liegen die Relativwerte zur Umsatzumverteilung leicht unter jenen des Kerneinzugsgebietes, in absoluter Größenordnung summieren sich die Wettbewerbseffekte auf 674 T€.

Den Schwerpunkt bilden dabei die bau- und gartenmarktrelevanten Sortimente, alle weiteren Warengruppen sind wiederum nur von geringen Absolutwerten betroffen.

Wichtigster Wettbewerbsstandort ist der Muldepark im Ortsteil Bobbau mit dem toom-Baumarkt und dem SB-Möbel Boss. Weitere geringe Wettbewerbseffekte sind mit dem Ergänzungsstandort Witte-

Tabelle 9: Maximale Umverteilungsquoten nach Warengruppen und Einzugsgebietszonen

	Kerneinzugsgebiet Zone 1				erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.1				erweitertes Einzugsgebiet Zone 2.2				Umsatz Planvorhaben gesamt
	Bestands- umsatz (T€)	Umver- teilung (%)	Umsatz Planvorhaben (T€)		Bestands- umsatz (T€)	Umver- teilung (%)	Umsatz Planvorhaben (T€)		Bestands- umsatz (T€)	Umver- teilung (%)	Umsatz Planvorhaben (T€)		
Nahrungs- und Genußmittel	15.560	0,3%	50		34.090	0,2%	70		58.820	0,1%	60		180
Drogerie / Parfümerie	1.280	3,0%	40		4.640	1,0%	50		9.140	1,0%	90		180
Blumen / Zoo / Gartenbedarf	820	6,0%	50		3.950	4,8%	190		7.840	4,5%	350		590
pharmaz., mediz., orthopäd. Artikel	4.760				5.370				9.080				
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	670	1,0%	10		1.780	0,5%	10		3.500	0,5%	20		40
überwiegend kurzfristiger Bedarf	23.090	0,6%	150		49.830	0,6%	320		88.380	0,6%	520		
Bekleidung / Wäsche	1.800	0,5%	10		5.330	0,3%	20		9.790	0,2%	20		50
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	190	1,5%	3		1.930	0,2%	4		3.470	0,1%	3		10
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	2.890	4,5%	130		5.920	2,5%	150		9.770	1,5%	150		430
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	735	6,5%	50		1.610	5,5%	90		3.460	4,5%	160		300
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	150	3,0%	5		540	3,0%	20		1.030	2,5%	25		50
Sportartikel / Fahrräder / Camping	490	6,0%	30		500	4,0%	20		2.390	4,0%	100		150
überwiegend mittelfristiger Bedarf	6.255	3,6%	228		15.830	1,9%	304		29.910	1,5%	458		
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren, Möbel	4.600	1,0%	50		6.020	0,8%	50		3.770	0,5%	20		120
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	90				2.540				2.130				
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	515				4.460				4.200				
Foto / Optik	320				1.510				1.510				
Uhren / Schmuck	410								390				
Sonstiges	640				910				910				
überwiegend langfristiger Bedarf	6.575	0,8%	50		15.440	0,3%	50		12.910		20		
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	35.920	1,2%	428		81.100	0,8%	674		131.200	0,8%	998		2.100

Berechnung: BBE Handelsberatung

ner Straße realistisch. Das B-Zentrum Wolfen-Nord steht bestenfalls durch die Aktionssortimente der Lebensmittelmärkte in einem Wettbewerbsverhältnis.

In wichtigen zentrenrelevanten Leitbranchen liegen die Umverteilungswerte auf sehr niedrigem Niveau, u.a. lediglich jeweils zwischen 20 T€ bei Bekleidung/Wäsche, Spielwaren oder Sportartikel. Nahversorgungsrelevante Effekte verbleiben bei lediglich 0,2% für Nahrungs- und Genussmittel oder 1% für Drogeriewaren.

- In der **Zone 2.2** zeichnen sich vor allem Wettbewerbseffekte mit den Ergänzungsstandorten Anhaltstraße und BiTZ, teilweise auch Bismarckstraße ab. Deren bisheriger Ausstrahlung in den Ortsteil Wolfen wird zumindest partiell entgegengewirkt. Ursächlich begründet liegt dies wieder in den Wettbewerbsbeziehungen mit Baumärkten. Mehr als die Hälfte der erwarteten Umverteilungseffekte entfällt wiederum auf bau- und gartenmarktrelevante Sortimente, darunter zählt auch der Umsatz mit Campingartikeln.

Wettbewerbsbeziehungen mit der Innenstadt lassen sich durch Angebotsüberschneidungen mit den innerstädtischen Anbietern KiK und MäcGeiz nicht ausschließen, grundlegend unterscheiden sich jedoch die Kundenorientierungen auf die Innenstadt und den autoorientierten Projektstandort in der Thalheimer Straße.

Zielgruppenspezifisch sind die Wettbewerbseffekte stärker mit dem Ergänzungsstandort BiTZ (OBI, Tedi, KiK, Aldi) zu erwarten, zukünftig auch sicherlich zunehmend mit dem Ergänzungsstandort Anhaltstraße. Städtebaulich sind diese Effekte jedoch nicht entscheidungsrelevant.

Allerdings ist auch bei einer stärkeren Betroffenheit der genannten Ergänzungsstandorte infolge der Verteilung der Wettbewerbseffekte auf diverse Warengruppen und Anbieter eine Existenzgefährdung einzelner Anbieter nicht zu erwarten.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass gegenüber den in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Einzelhandelsbetrieben demnach keine Umsatzzumverlagerungen in Größenordnungen zu erwarten sind, die die Betriebsaufgabe einer der dort ansässigen Anbieter erwarten lassen.

Wettbewerbsbeziehungen sind mehrheitlich mit Ergänzungsstandorten innerhalb des Stadtgebietes Bitterfeld-Wolfen zu erwarten, ein gezielter Wettbewerb oder gar eine Gefährdung eines Magnetanbieters in einem zentralen Versorgungsbereich ist auszuschließen.

Da bei Realisierung des geplanten Sonderpostenmarktes bereits in den im Stadtgebiet Bitterfeld-Wolfen vorhandenen zentralen Versorgungsbereichen keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind, werden negative Fernwirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auf Angebotsstandorte außerhalb des Untersuchungsraumes bzw. in Nachbarkommunen ebenfalls nicht zu erwarten sein.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ansässige Betriebe im Zuge der Projektrealisierung keine betriebsgefährdenden Umsatzeinbußen hinzunehmen haben werden – Auswirkungen auf der wohnortnahen Versorgung dienende Angebotsstandorte sind demnach ebenfalls auszuschließen.

Ungeachtet des begrenzten Angebotes an verpackten Lebensmitteln ist der geplante Sonderpostenmarkt Thomas Philipps nicht als nahversorgungsrelevanter Anbieter einzuschätzen.

7.5. Einbindung des Revitalisierungsvorhabens in die Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bitterfeld-Wolfen

Das Revitalisierungsvorhaben am Standort Thalheimer Straße 150 zielt auf eine konzeptionelle Weiterentwicklung des ehemaligen Baumarktstandortes. Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen ist er explizit als Ergänzungsstandort für großflächigen Einzelhandel mit der Zweckbestimmung Baumarkt ausgewiesen.

Die klare Funktionszuweisung innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes resultiert aus dem generell hohen Verkaufsflächenanteil durch Ergänzungsstandorte innerhalb der Angebotsstrukturen von Bitterfeld-Wolfen.

Der Projektstandort übernahm als Baumarktstandort vorrangig ortsteilgebundene Versorgungsfunktionen für Wolfen und Thalheim mit einer ergänzenden gesamtstädtischen Ausstrahlung. Diese Kundenorientierung ist auch auf das Revitalisierungsvorhaben übertragbar.

Eine potenzielle Weiterentwicklung erlaubt das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 im Rahmen der zugewiesenen Funktion, konkret festgelegt ist:

„Der Baumarktstandort ist in seiner Größendimensionierung zu erhalten, Weiterentwicklungen bedürfen in jedem Fall des Nachweises der Zentrenverträglichkeit.“²²

Diese Forderung und deren Übertragbarkeit auf das aktuelle Planvorhaben stützen sich dabei auch auf den Handlungsschwerpunkt 7:

„In bestehenden Ergänzungsstandorten des Einzelhandels werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, bzw. bestehende planungsrechtliche Festsetzungen eingehalten, welche sich an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes orientieren sollten.“²³

Die vorliegende Auswirkungsanalyse dokumentiert eine grundsätzliche Übertragbarkeit der Funktionszuweisung auf die neue Anbieteragglomeration am Projektstandort. Die Baumarkt-Funktion wird zukünftig von einer Anbieteragglomeration wahrgenommen:

- spezialisiert auf bau- und gartenmarktrelevante Sortimente sind in der geplanten Agglomeration der Discountbaumarkt, der Teppich- und Bodenbelagfachhandel und der Sanitär- und Fliesen-Großhandel,
- die nicht-zentrenrelevanten Sortimente des Sonderpostenmarktes Thomas Philipps sind überwiegend den bau- und gartenmarktrelevanten Sortimenten zuzuordnen, mindestens 49% der geplanten Verkaufsfläche²⁴ entfällt auf dieses Sortimentsspektrum,
- insgesamt summieren sich folglich ca. 4.840 m² Verkaufs- und Ausstellungsfläche im Planvorhaben (82% der gesamten Verkaufs- und Ausstellungsfläche) auf bau- und gartenmarktrelevante Sortimente.

Für die Funktionserweiterung durch den Sonderpostenmarkt kann gemäß der Forderung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes die Zentrenverträglichkeit nachgewiesen werden:

- bei dem geplanten Sonderpostenmarkt handelt es sich um eine Sonderform unter den Betriebstypen des deutschen Einzelhandels, die sich vor allem über ein extrem differenziertes und ständig wechselndes Warenangebot sowie eine gezielte Preisausrichtung definiert,

²² Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 96

²³ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen, 2009, S. 115

²⁴ Unter Einbindung der Tiernahrung, als oftmals auch über Baumärkte und Gartencenter vertriebenes Sortiment, wären es sogar 52% Verkaufsflächenanteil am Sonderpostenmarkt Thomas Philipps.

- in den einzelnen Warengruppen sind jeweils nur geringe absolute, sortimentsspezifische Umsatzvolumina zu erwarten, die sich hieraus ergebenden Umsatzumverlagerungen weisen eine große Streuung auf und führen folglich auf einzelbetrieblicher Ebene nur zu geringen Umsatzrückgängen, i.d.R. unterhalb der Spürbarkeitsschwelle,
- von der geplanten Ansiedlung gehen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bitterfeld-Wolfen wie auch der wohnortnahen Versorgung dienenden Angebotsstandorte aus.

Vor dem Hintergrund der dargelegten betrieblichen Besonderheit des Anbieters bzw. des gesamten Planvorhabens sowie dem sich hieraus ergebenden, stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug zu Bestandsstrukturen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, relativiert sich die Zentrenrelevanz des Planvorhabens weitestgehend. Denn diese stellt sich aufgrund des baumarktspezifischen Schwerpunktes der Agglomeration insgesamt und auch der sonderpostenmarktspezifischen Charakteristika anders dar, als dies beispielsweise für einen „typischen“ Einzelhandelsbetrieb mit zentrenrelevantem Kernsortiment vergleichbarer Größe (z.B. Bekleidungs-/ Elektronikfachmarkt) der Fall ist. Letztgenannte sollen gemäß den im Einzelhandelskonzept formulierten Handlungsempfehlungen am Standort ausgeschlossen bleiben.

Somit ergeben sich – betriebsformenbedingte – Anhaltspunkte, die trotz des ausgewiesenen Verkaufsflächenanteils nahversorgungs-/zentrenrelevanter Sortimente eine Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept erkennen lassen.

Diese neue Anbieteragglomeration am Standort wird mit der 3. Änderung zum Vorhaben- und Erschließungsplan gemäß dem Handlungsschwerpunkt 7 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes planungsrechtlich abgesichert.

8. Fazit

Die Nachnutzung des ehemaligen Baumarktstandortes an der Thalheimer Straße im Ortsteil Wolfen erfordert die mit dem Aufstellungsbeschluss bereits eingeleitete 3. Änderung zum Vorhaben- und Erschließungsplan "Sondergebiet Bau- und Gartenmarkt Thalheimer Straße". Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen diesbezüglich auf, dass sich das Planvorhaben grundsätzlich in die mit den bisherigen Festsetzungen verfolgten städtebaulichen Zielvorstellungen einfügt und durch die Funktionserweiterung um einen Sonderpostenmarkt keine städtebaulich relevanten Auswirkungen entstehen. Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Der Projektstandort ist sowohl durch den Vorhaben- und Erschließungsplan als auch hinsichtlich der Einordnung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Baumarktstandort ausgewiesen. In der zukünftigen Anbieter- und Flächenstruktur bleibt dieser Funktionsschwerpunkt erhalten, ca. 82% der Verkaufs- und Ausstellungsflächen entfallen auf baumarktrelevante Sortimente.
- Das zusätzliche Angebotsprofil des Sonderpostenmarktes Thomas Philipps führt zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung.
- Der geplante Sonderpostenmarkt wird gemäß vorliegender Flächenplanung über 683 m² Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten verfügen. Gemäß dem Sortimentsfestsetzungen in der 2. Änderung des Vorhaben- und Erschließungsplanes waren 15% des Gesamtsortimentes für zentrenrelevante Sortimente zulässig, bezogen auf die Warm-Verkaufsfläche des ehemaligen Baumarktes (ohne Freiflächen) wären dies sogar 820 m² für zentrenrelevante Sortimente. Auch unter der Berücksichtigung, dass neben dem Sonderpostenmarkt gegebenenfalls auch der geplante Discountbaumarkt zentrenrelevante Randsortimente führt, ist dennoch keine nennenswerte Ausweitung eines zentrenrelevanten Angebotes vor Ort zu erwarten.
- Teil der Agglomeration ist eine 1.200 m² große Ausstellung eines Sanitär- und Fliesengroßhandels, ohne Einzelhandelsbezug. Unter Berücksichtigung dieses partiellen Flächenverzehr durch Großhandelsfunktion sinkt die einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche vor Ort um ca. 770 m².
- Eine Genehmigungsfähigkeit liegt dementsprechend bei Umsetzung folgender Kernpunkte der Revitalisierungskonzeption vor:
 1. zwei baumarktrelevante Fachmärkte mit 1.200 m² und 1.400 m² Verkaufsfläche
 2. ein Fachgroßhandel mit 1.200 m² Ausstellungsfläche
 3. einen Sonderpostenmarkt mit 2.100 m² Verkaufsfläche, davon max. 700 m² zentrenrel. Sortimente
 4. Anteil zentrenrelevanter Randsortimente in den baumarktrelevanten Fachmärkten mit maximal 10% Verkaufsflächenanteil insgesamt, darunter maximal 200 m² je Einzelsortiment.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Arbeiten stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dr. Ulrich Kollatz

Leipzig, 8. Mai 2017